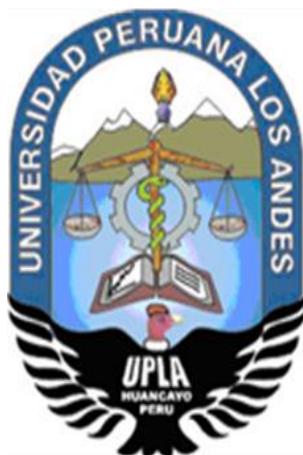


UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



TESIS

Mejora continua en la gestión de almacén y su influencia en la Satisfacción del cliente de la empresa “Wander” S.A.C. - Huancayo, 2017

Para optar : El Título Profesional de Licenciada en Administración

Autores : Bach. Yosilin Lisbeth Contreras Jerónimo

Bach. Marilyn Reina Granados Andrade

Asesor : Mg. Walter Santana Camargo

Línea de Investigación Institucional: Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

Fecha de Inicio : 15.11.2017

Fecha de Culminación : 14.11.2018

Huancayo – Perú
2019

HOJA DE APROBACIÓN DE LOS JURADOS

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

TESIS

**Mejora continua en la gestión de almacén y su influencia en la
Satisfacción del cliente de la empresa “Wander” S.A.C. - Huancayo,**

2017

PRESENTADO POR:

Bach. YOSILIN LISBETH CONTRERAS JERÓNIMO

Bach. MARILYN REINA GRANADOS ANDRADE

PARA OPTAR EL TITULO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS

APROBADA POR LOS SIGUIENTES JURADOS:

PRESIDENTE : _____
DR. FREDI GUTIERREZ MARTINEZ

**PRIMER
MIEMBRO** : _____
LIC. NEIL ALVIN RODRIGUEZ ROJAS

**SEGUNDO
MIEMBRO** : _____
LIC. PAUL DENIS MARTINEZ VITOR

**TERCER
MIEMBRO** : _____
MG. AMANDA LUZMILA GOMEZ CHAVEZ

Huancayo, ____ de _____ del 2019.

Mg. Walter Santana Camargo

DEDICATORIA

A : Dios, a nuestros padres y hermanos por su apoyo incondicional y constante en nuestra formación profesional.

Al : Asesor Walter Santana y docente Ruth Pinco por su dedicación, apoyo y tiempo brindado.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecemos a Dios por la vida y por darnos la valentía de culminar nuestros estudios superiores. Asimismo, agradecemos de manera muy especial a los motores de nuestras vidas, nuestros padres que han depositado esperanzas en nosotros y quienes aportaron desinteresadamente en este largo proceso de estudio.

También agradecemos a nuestros hermanos y hermanas, quienes de alguna manera contribuyeron en nuestra formación profesional.

Agradecemos encarecidamente a la Lic. Ruth Pinco por su apoyo, dedicación, tiempo y motivación en el desarrollo de esta tesis.

Agradecemos a nuestro asesor Walter Santana por sus pautas brindadas, dirección en el desarrollo de la tesis.

Agradecemos a la Universidad Peruana Los Andes, que fue nuestra casa de formación.

Agradecemos a la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables donde nuestros sueños se hicieron realidad y nuestras expectativas se ampliaron.

Agradecemos a la empresa WANDER S.A.C. por abrirnos las puertas y poder realizar nuestra investigación, al gerente Wander Flores, al administrador Giter Vilcahuamán, al contador Enrique Amaya y demás colaboradores de esta prestigiosa empresa y a sus clientes por su tiempo y colaboración en brindarnos información.

Las autoras.

Contenido	
HOJA DE APROBACIÓN DE LOS JURADOS	II
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
RESUMEN	XIV
ABSTRACT	XV
INTRODUCCIÓN	XVI
CAPITULO I	18
I. PLANTEAMIENTO, SISTEMATIZACIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
I.1. Descripción del problema.	18
I.2. Formulación del problema.	20
I.3. Objetivos de la investigación.	21
I.4. Justificación de la investigación.	21
I.5. Delimitación de la investigación.	22
CAPITULO II	23
II. MARCO TEÓRICO	23
II.1. Antecedentes del estudio.	23
II.2. Bases teóricas.	28
II.3. Definición de conceptos.	37
II.4. Hipótesis y variables.	38
II.4.1. <i>Hipótesis de la investigación.</i>	38
II.4.2. <i>Variables de la investigación.</i>	39

II.5. Operacionalización de las variables.	39
CAPITULO III	41
III. METODOLOGÍA	41
III.1. Método de investigación.	41
III.2. Tipo de la investigación.	42
III.3. Nivel de la investigación.	42
III.4. Diseño de la investigación.	42
III.5. Población y muestra.	43
III.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	44
III.6.1. <i>Técnicas de recolección de datos.</i>	44
III.6.2. <i>Instrumentos de recolección de datos.</i>	44
III.7. Procedimiento de recolección de datos.	45
CAPITULO IV	47
IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	47
IV.1. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.	47
IV.2. Presentación de resultados en tablas, gráficos, figuras, etc.	47
IV.3. Prueba de hipótesis	81
IV.4. Discusión de resultados	90
CONCLUSIONES	94
RECOMENDACIONES	95
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	96
ANEXOS	99

Índice de Tablas

Contenido	Pág.
Tabla 1. Tipo se almacén según la actividad de la empresa.....	31
Tabla 2. Operacionalización de variables.....	40
Tabla 3. Validación del instrumento de Gestión de Almacén.....	45
Tabla 4. Estadística de Fiabilidad de Gestión de Almacén.....	45
Tabla 5. Validación del instrumento de Satisfacción del Cliente.....	46
Tabla 6. Estadística de Fiabilidad de Satisfacción del Cliente.....	46
Tabla 7. Identificación de productos que ingresan a almacén.....	48
Tabla 8. Verificación del ingreso correcto de los productos.....	49
Tabla 9. Registro de los productos en el almacén.....	50
Tabla 10. Colocación de los productos.....	51
Tabla 11. Cantidad de producto disponible.....	52
Tabla 12. Ubicación correspondiente de cada producto.....	53
Tabla 13. Calificación de las órdenes de pedido.....	54
Tabla 14. Recojo de pedidos según llegada.....	54
Tabla 15. Requiere ayuda para la verificación de cada pedido.....	55
Tabla 16. Calificación de entrega de pedidos.....	56
Tabla 17. Atención adecuada de cada pedido.....	57
Tabla 18. Demora en la atención de pedidos.....	58
Tabla 19. Tiempo de llegada al almacén del área de ventas.....	59
Tabla 20. Número de veces que se verifica cada pedido.....	60
Tabla 21. Calificación del trato que brindan los Trabajadores.....	61
Tabla 22. Calificación de la variedad de productos.....	62

Tabla 23. Calificación de la Cantidad de stock	63
Tabla 24. Calificación de los productos que solicita.....	64
Tabla 25. Modelo de posibles soluciones.....	66
Tabla 26. Identificación de productos que ingresan a almacén.....	67
Tabla 27. <i>Verificación del ingreso correcto de los productos</i>	68
Tabla 28. Registro de los productos en el almacén	69
Tabla 29. Cantidad de producto disponible.....	69
Tabla 30. Ubicación correspondiente de cada producto.....	70
Tabla 31. <i>Calificación de las órdenes de pedido</i>	71
Tabla 32. Recojo de pedidos según llegada	71
Tabla 33. Requiere ayuda para la verificación de cada pedido	72
Tabla 34. Calificación de entrega de pedidos.....	73
Tabla 35. Atención adecuada de cada pedido	73
Tabla 36. Demora en la atención de pedidos.....	74
Tabla 37. Tiempo de llegada al almacén del área de ventas	75
Tabla 38. Número de veces que se verifica cada pedido.....	76
Tabla 39. Calificación del trato que brindan los Trabajadores.....	77
Tabla 40. Calificación de la variedad de productos	78
Tabla 41. Calificación de la Cantidad de stock.	79
Tabla 42. Calificación de los productos que solicita.....	80
<i>Tabla 43. Antes de la mejora.....</i>	81
Tabla 44. Después de la mejora.....	83
Tabla 45. Gestión de Almacén Antes De La Mejora Continua.....	85
Tabla 46. Gestión De Almacén Después De La Mejora Continua.....	85
Tabla 47. Diferencia de antes y después de la correlación causal.....	85

Tabla 48. Coeficiente de t de Student en muestras relacionadas pre y post en satisfacción al cliente	88
Tabla 49. Relación Causal Entre Gestión De Almacén En Satisfacción Del Cliente	88

Índice de figuras

Contenido	Pág.
Ilustración 1. Satisfacción del cliente (Fuente Pérez, 2006)	34
Ilustración 2. Satisfacción del cliente (Fuente Pérez, 2006)	34
Ilustración 3. Tipos de clientes (Fuente Pérez, 2006)	35
Ilustración 4. Identificación de productos que ingresan a almacén (Fuente Elaboración propia).....	49
Ilustración 5. Verificación del ingreso correcto de los productos (Fuente Elaboración propia).....	50
Ilustración 6. Registro de los productos en el almacén (Fuente Elaboración propia)	50
Ilustración 7. Colocación de los productos (Fuente Elaboración propia)	51
Ilustración 8. Cantidad de producto disponible (Fuente Elaboración propia).....	52
Ilustración 9. Ubicación correspondiente de cada producto (Fuente Elaboración propia)	53
Ilustración 10. Calificación de las órdenes de pedido (Fuente Elaboración propia).....	54
Ilustración 11. Recojo de pedidos según llegada (Fuente Elaboración propia)	55
Ilustración 12. Requiere ayuda para la verificación de cada pedido (Fuente Elaboración propia).....	56
Ilustración 13. Calificación de entrega de pedidos (Fuente Elaboración propia)	56
Ilustración 14. Atención adecuada de cada pedido (Fuente Elaboración propia)	57
Ilustración 15. Demora en la atención de pedidos (Fuente Elaboración propia)	58
Ilustración 16. Tiempo de llegada al almacén del área de ventas (Fuente Elaboración propia).....	59
Ilustración 17. Número de veces que se verifica cada pedido (Fuente Elaboración propia)	60

Ilustración 18. Clasificación del trato que brindan los Trabajadores (Fuente Elaboración propia).....	61
Ilustración 19. Calificación de la variedad de productos (Fuente Elaboración propia) ...	62
Ilustración 20. Calificación de la Cantidad de stock (Elaboración propia).....	63
Ilustración 21. Calificación de los productos que solicita (Elaboración propia).....	64
Ilustración 22. Identificación de productos que ingresan a almacén (Fuente Elaboración propia).....	67
Ilustración 23. Verificación del ingreso correcto de los productos (Fuente Elaboración propia).....	68
Ilustración 24. Registro de los productos en el almacén (Fuente Elaboración propia)....	69
Ilustración 25. Cantidad de producto disponible (Fuente Elaboración propia).....	70
Ilustración 26. Ubicación correspondiente de cada producto (Fuente Elaboración propia).....	70
Ilustración 27. Calificación de las órdenes de pedido (Fuente Elaboración propia).....	71
Ilustración 28. Recojo de pedidos según llegada (Fuente Elaboración propia)	72
Ilustración 29. Requiere ayuda para la verificación de cada pedido (Fuente Elaboración propia).....	72
Ilustración 30. Calificación de entrega de pedidos (Fuente Elaboración propia)	73
Ilustración 31. Atención adecuada de cada pedido (Fuente Elaboración propia)	74
Ilustración 32. Demora en la atención de pedidos (Fuente Elaboración propia)	74
Ilustración 33. Tiempo de llegada al almacén del área de ventas (Fuente Elaboración propia).....	75
Ilustración 34. Número de veces que se verifica cada pedido (Fuente Elaboración propia).....	76
Ilustración 35. Clasificación del trato que brindan los Trabajadores (Fuente Elaboración propia).....	77

Ilustración 36. Calificación de la variedad de productos (Fuente Elaboración propia) ...	78
Ilustración 37. Calificación de la Cantidad de stock (Fuente Elaboración propia).....	79
Ilustración 38. Calificación de los productos que solicita (Fuente Elaboración propia).	80

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo determinar el grado de influencia de la Mejora Continua en la Gestión de almacén en la Satisfacción del Cliente de la empresa WANDER S.A.C. de la provincia de Huancayo, debido a que en la actualidad las exigencias de los clientes son mayores respecto a la calidad del producto, la variedad de productos, el precio de los mismos y por consiguiente la atención que ellos reciben de los trabajadores.

Por ello, se realizó un análisis de este contexto y nos enfocamos en la mejora de todo el proceso de gestión de almacén para luego eliminar todo aquello que no genere valor; esto debido a un estudio, identificación, propuesta y mejora.

Finalmente, se llegó a la conclusión que la gestión de almacén influye en la satisfacción al cliente en lo que se refiere directamente con el producto y el posicionamiento; la mejora en la gestión de almacén planteado permitirá tener un mejor conteo y conocimiento de la cantidad de productos que dispone la empresa, el nivel de rotación e identificación de artículos que no tiene demanda, permitiendo así que tener un buen almacén con productos disponibles no afecta en el último ciclo de venta y esto genera satisfacción en los clientes.

PALABRAS CLAVE:

Mejora Continua. Satisfacción del cliente. Gestión de almacén

ABSTRACT

The objective of this work was to determine the degree of influence of the Continuous Improvement in Warehouse Management in the Customer Satisfaction of the company WANDER S.A.C. of the province of Huancayo, because at present the demands of the clients are greater regarding the quality of the product, the variety of products, the price of the same and therefore the attention that they receive from the workers.

Therefore, an analysis of this context was carried out and we focus on improving the entire warehouse management process and then eliminate everything that does not generate value; this due to a study, identification, proposal and improvement.

Finally, it was concluded that warehouse management influences customer satisfaction as it relates directly to the product and positioning; The improvement in the management of the proposed warehouse will allow us to have a better count and knowledge of the quantity of products available to the company, the level of rotation and identification of items that have no demand, thus allowing having a good warehouse with available products does not affect in the last sales cycle and this generates customer satisfaction.

KEYWORDS:

Continuous Improvement. Customer Satisfaction. Warehouse Management.

INTRODUCCIÓN

La gestión de almacén es una de las áreas que tiene mucho impacto en una empresa, la capacidad de tener al alcance la cantidad adecuada, en el momento preciso son dos aspectos muy variables, por ello nuestro trabajo se desarrolla de como una buena gestión de almacén puede influenciar en la satisfacción de los trabajadores, clientes, identificación de productos, cantidad en el momento preciso puesto que algunas empresas entienden que almacén es un lugar de colocación de bienes obsoletos o lugar de depósito.

El almacén en muchos autores considera como un conjunto de operaciones tanto como almacenamiento de materia prima o productos terminados que permite la amortiguación de producción o venta según el pedido de los clientes. Lo cual, tener un buen conocimiento de los materiales que tenemos hará que tengamos más estrategias respecto a nuestra competencia logrando un posicionamiento en el mercado.

En el aspecto de servicio una empresa puede dedicar mucho énfasis en el área de marketing, pero si descuida el área de almacén está cometiendo un breve error, puesto que en el ciclo de venta no es solo vender, debemos cuidar todo el proceso de compra desde el cliente que ingresa a la organización hasta la salida. Pues no solo es cerrar una venta, también verificar que el producto que está llevando sea su mismo pedido y reciba el mismo trato o aún mejor de lo brindado.

En el caso de la empresa WANDER S.A.C. el área de ventas al parecer estaba bien pero al conocer mejor a cada uno de los colaboradores pudimos identificar que no se encontraban satisfechos por la falta de motivación, desconocimiento de sus funciones laborales, falta de capacitaciones, identificación con la empresa, esto se suma a que existía una gran deficiencia respecto a lo que se tenía en almacén ya que se ha identificado como en el sistema existía un dato de un producto y en físico existía una gran variación. Además de no conocer la cantidad de existencia en mermas, la cantidad de producto, el tipo de rotación, clasificación de

productos más rotativos y los menos rotativos, haciéndolo complejo, pero no solucionable. La empresa tiene todo el anhelo de mejorar y nuestras aportaciones harán de gran ayuda.

Como desarrollo de trabajo de investigación veremos en el Capítulo I: El Planteamiento, sistematización y formulación del problema, consta de la descripción del problema, formulación del problema, los objetivos, justificación y delimitación de la investigación. El Capítulo II: Marco Teórico, se desarrollan, antecedentes del estudio, bases teóricas y definición de conceptos. El Capítulo III: Hipótesis de la investigación, variables de la investigación y operacionalización de las variables. El Capítulo IV: Metodología de la Investigación, se plantea el método de investigación, el tipo de investigación, el nivel de la investigación, el diseño de la investigación, población y muestra, técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos y técnicas de procesamiento de los datos. El Capítulo V: Resultados, se presenta el análisis e interpretación de la información, los cuadros y gráficos obtenidos por el instrumento. Finalmente, las conclusiones y sugerencias del trabajo de investigación.

Las autoras.

CAPITULO I

I. PLANTEAMIENTO, SISTEMATIZACIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

I.1. Descripción del problema.

Más allá de ser una moda, la tendencia de las empresas a nivel mundial, sobre todo las que tienen que ver con bienes, está en dar mayor importancia a las cadenas de suministros en términos de la gestión y la planificación de las actividades de los departamentos de compras, producción, transporte, almacenaje, manutención y distribución.

El año 1930 se creó el departamento internacional The Coca Cola Export Corporation de esta manera coca cola logra que su producto fuera embotellada en más de 45 países del mundo alcanzando ventas increíbles en los 40 años siguientes. Coca Cola como una compañía fabricante, comercializadora y distribuidora utilizó la estrategia de la cadena de suministros y la logística a nivel internacional logrando que su marca se posicione como una de las 10 marcas más reconocidas del mundo.

Otra de las grandes organizaciones es la industria cervecera encabezado por SABMiller una de las empresas cerveceras más grandes del mundo que produce más de 13271 hectolitros al año. Empresa que utiliza y gestiona la logística en ámbito internacional la misma que sus operaciones han logrado posicionar su marca a nivel internacional.

Del mismo modo porque no incluir a la empresa Nestlé que ha destacado gracias a su rubro de producción en cadena y economía a escala de sus diversos productos Nestlé fundada en el año 1886 por Henri Nestlé Farmacéutico de profesión que también desarrolló una gestión de cadena de suministros y logística logrando ser en la actualidad otra de las empresas exitosas.

En toda organización el contar con las mercancías adecuadas en el sitio justo y en el menor tiempo posible no es una tarea fácil. Y esa es la misión de los departamentos de logística de las empresas, un tema que genera un gran impacto en tiempos y costos que puede hacer que su empresa se vuelva más competitiva.

El almacén es un punto importante dentro de la cadena de suministro ya que es el lazo de los eslabones en la cadena de suministro, tanto de entrada como de salida, además de tener un papel muy importante en el control y exactitud de los inventarios. Los almacenes ofrecen constante información y retroalimentación en tiempo real, información que es compartida y visible por todas las áreas que tienen que tomar alguna decisión, como el área comercial, producción o finanzas, con información real de lo que entra y sale del almacén.

Un almacén ya no es únicamente un espacio donde guardar mercancía, es un eslabón fundamental para el servicio del cliente. Es el punto de partida para la satisfacción del que consume el producto. El problema es que aún no se ha entendido así y se desconoce la importancia que tiene un almacén para el negocio de manera que dejan que el funcione como lo ha hecho hasta ahora mientras centran la atención en otras actividades del negocio.

Existen y surgen día a día muchos problemas en el almacén que llega a afectar a los consumidores. Estos son los más comunes que encontramos en el proceso de almacenamiento: Falta de comunicación entre los diferentes departamentos, descontrol en las ubicaciones de los productos, lo que provoca una gran pérdida de tiempo, toma de decisiones tardías y no muy fiables, fallos y errores al identificar algunos productos

Todos estos problemas vienen porque la empresa tiene un gran desconocimiento y tan solo conoce aquello que entra y aquello que sale del almacén, pero desconoce todo lo que pasa dentro. Es necesario para acabar con estos problemas que el almacén se gestione con máxima eficiencia y competitividad. Como es el caso de Wander S.A.C. que presenta problemas como falta de organización en la gestión de almacén, falta de stock y por consiguiente clientes insatisfechos. Entre otros como consta en el anexo 7 de nuestra investigación.

I.2. Formulación del problema.

I.2.1. Problema general.

¿De qué manera influye la Mejora Continua en la Gestión de almacén en la Satisfacción del Cliente de la empresa WANDER S.A.C. - Huancayo, 2017?

I.2.2. Problemas específicos.

- a) ¿Cómo influye la Mejora Continua en la Gestión de Almacén en la Satisfacción con los trabajadores de la empresa WANDER S.A.C. Huancayo, 2017?
- b) ¿Cómo influye la Mejora Continua en la Gestión de Almacén en la Satisfacción con los productos de la empresa WANDER S.A.C. Huancayo, 2017?
- c) ¿Cómo influye la Mejora Continua en la Gestión de Almacén en la Satisfacción con la empresa de la empresa WANDER S.A.C. Huancayo, 2017?

I.3. Objetivos de la investigación.

I.3.1. Objetivo general.

Determinar el grado de influencia de la Mejora Continua en la Gestión de almacén en la Satisfacción del Cliente de la empresa WANDER S.A.C. - Huancayo, 2017.

I.3.2. Objetivos específicos.

- a) Comprobar el grado de influencia de la Mejora Continua en la Gestión de Almacén en la Satisfacción con los trabajadores de la empresa WANDER S.A.C. - Huancayo, 2017.
- b) Comprender el grado de influencia de la Mejora Continua en la Gestión de Almacén en la Satisfacción con los productos de la empresa WANDER S.A.C. – Huancayo, 2017.
- c) Describir el grado de influencia de la Mejora Continua en la Gestión de Almacén en la Satisfacción con la empresa de la empresa WANDER S.A.C. – Huancayo, 2017.

I.4. Justificación de la investigación.

I.4.1. Justificación teórica.

El propósito del estudio es para poder comprender sobre la Gestión de almacén, de manera técnica ya que este tema no solo es aplicable en empresas productoras sino también en empresas que brindan servicios.

I.4.2. Justificación práctica.

Esta investigación permitirá obtener información válida y confiable del grado de satisfacción de los clientes de la empresa WANDER S.A.C. en cuanto al buen manejo de almacén que en esta empresa se practica. Asimismo, se realiza esta investigación para darnos cuenta en qué magnitud es importante llevar un adecuado manejo de almacén, control y costos que esta demanda.

1.4.3. Justificación metodológica.

Los métodos, procedimientos, técnicas, e instrumentos diseñados que se emplearán en el desarrollo de la investigación tienen validez y confiabilidad que se pueden estandarizar y utilizar en otros trabajos de investigación.

1.4.4. Justificación social.

Los alcances de la investigación se verán reflejadas en la empresa aplicada, y esto también puede repercutir en diferentes empresas que brindan productos o servicios, enfocándose a controlar mejor su gestión de almacén.

1.4.5. Justificación de conveniencia.

El presente trabajo de investigación servirá para comprender el manejo correcto de la gestión de almacenes, y de qué manera éste se ve afectada con la satisfacción de los clientes, ya que es la última etapa que contacta con el cliente.

1.5. Delimitación de la investigación.

1.5.1. Delimitación espacial.

El presente trabajo se desarrollará en el interior de la Empresa WANDER SAC, situado en la Av. Huancavelica N° 1220 y en el Jr. Mantaro N° 988 esquina del Parque la Madre, ambos en el distrito de Huancayo.

1.5.2. Delimitación temporal.

La investigación inicia el mes de marzo del 2017 hasta diciembre del 2017.

1.5.3. Delimitación conceptual o temática.

La investigación toma en cuenta sobre conceptos de Gestión de Almacenes y satisfacción al cliente, estos temas dentro de la Región Junín no han sido muy estudiados.

CAPITULO II

II. MARCO TEÓRICO

II.1. Antecedentes del estudio.

II.1.1. *Antecedentes internacionales.*

Álvarez, (2012), en su trabajo de investigación titulada “*Satisfacción de los Clientes y Usuarios con el servicio ofrecido en redes de Supermercados Gubernamentales*”, en la Universidad Católica Andrés Bello. Como resultado de la investigación se llegó a la siguiente conclusión: Que las dimensiones como la evidencia física, la fiabilidad (respecto a la visualización de los precios claros de todos los productos, anunciando las promociones y ofertas existentes sin engaños), las transacciones de venta (el tiempo que se requiere para asistir al pago de las compras en las cajas de salida), la interacción personal (respecto al trato que brindan los trabajadores y a la seguridad que transmite) y las políticas (variedad de productos ofrecidos que se identifican por su marca reconocida y la calidad de los mismos) son muy importantes ya que lograremos tener clientes muy satisfechos con lo brindado.

Blanco, (2009), en su trabajo titulada “*Medición de la Satisfacción del Cliente del Restaurante Museo Taurino, y formulación de estrategias de servicio para la creación de*

valor”, en la Pontificia Universidad Javeriana. La investigación llegó a la siguiente conclusión: Crear estrategias de servicio para mejorar todos los errores en el servicio que el restaurante presentaba, teniendo en cuenta que su fortaleza es la rapidez con la que se atiende y la confianza que tiene el cliente en el servicio; asimismo, la debilidad que presentaba fue respecto a los tangibles del restaurante. Así se podrá ofrecer algo más, algo que el cliente no lo esperaba y por consiguiente, se incrementarían los clientes y sus ganancias el restaurante.

Hernández & Rodríguez, (2010), en su trabajo de investigación titulada “*Proyecto de Mejora mediante las Herramientas de la Ingeniería Industrial, en el funcionamiento de un Almacén de Hilos*”, en la Universidad Nacional Autónoma de México. Como resultado de esta investigación se llegó a la siguiente conclusión: Se disminuyó el tiempo de trabajo de proceso a proceso porque se había encontrado actividades no productivas dentro de todo el proceso. Con esto se mejoró el orden, la limpieza y al crearse el manual de procedimientos se logró la estandarización del trabajo, logrando así tener calidad en el servicio. Asimismo, se tuvo énfasis respecto a la logística y con ello se logró planear adecuadamente la entrega de pedidos, identificar el volumen de productos y el tiempo para sustituir, identificar su nivel de rotación y las condiciones de espacio ya que facilitó el conteo de productos; logrando con todo esto satisfacer al cliente.

Jiménez, (2012), en su trabajo de investigación titulada “*Mejoras en la Gestión de Almacén de una empresa del Ramo Ferretero*”, en la Universidad Simón Bolívar. La investigación llegó a las siguientes conclusiones: La implantación de la Metodología de las 5S y la integración del área de ventas, administración y almacén son dos metodologías necesarias para mejorar la gestión de almacén. La primera porque impulsa los principios de mejora continua y calidad, con un área de trabajo mejor organizados, ordenados y limpios. Y la segunda por el manejo y el intercambio de información ya que permitirá coordinar

estrategias de ventas de acuerdo a los inventarios existentes para así reducir grandes volúmenes.

Reyes, (2014), en su trabajo de investigación titulada “*Calidad del Servicio para aumentar la Satisfacción del Cliente de la Asociación Share, Sede Huehuetenango*”, en la Universidad Rafael Landívar. La investigación llegó a la siguiente conclusión: La calidad del servicio sí aumenta la satisfacción del cliente en la asociación Share y para garantizar ello, tiene como prioridades a la buena atención, calidez y amabilidad. Asimismo, Share invierte en la retención a sus clientes utilizando recursos como brindar asesorías a sus clientes, hacer reconocimientos por sus cumpleaños, realizar rebajas y proporcionar oportunidad de ampliación de créditos; esto de cierta manera contribuyó a que sus clientes sean fieles a la asociación Share.

II.1.2. Antecedentes nacionales.

De La Cruz y Lora, (2014), en su trabajo de investigación titulada “*Propuestas de Mejora en la Gestión de Almacenes e Inventarios en la Empresa Molinera Tropical*”, en la Universidad del Pacífico, llegó a las siguientes conclusiones: Que la productividad y el nivel de servicio son factores fundamentales que estarán presentes en todo el plan de operaciones alineando la misión, la visión, los objetivos estratégicos y los objetivos específicos del área de almacén.

Francisco, (2014), en su trabajo de investigación titulada “*Análisis y Propuestas de Mejora de Sistema de Gestión de Almacenes de un Operador Logístico*”, en la Pontificia Universidad Católica del Perú. La investigación llegó a las siguientes conclusiones: Para lograr un uso eficiente de los espacios es necesario reducir la cantidad de productos almacenados, además, contar con una catalogación de los productos ayudará con la rápida

identificación y por ende, se reducirán los tiempos de operación en la gestión interna del Operador Logístico.

Guarachi, (2014), en su trabajo de investigación titulada “*Diagnóstico y Propuesta de Mejora de la Gestión del Proceso Logístico en el Hospital Nacional Almanzor Aguinaga Asenjo de ESSALUD – Chiclayo, Perú*”, en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. La investigación llegó a la siguiente conclusión: La percepción de la calidad del servicio que tiene el público se ve afectada por la atención que brinda el personal, por la disponibilidad de insumos, materiales y equipos y por el estado en el que se encuentra la infraestructura, los cuales pueden ser mejorados con una adecuada gestión de requerimientos. Por ello, para que exista un abastecimiento adecuado en las cantidades necesarias y en el momento oportuno es necesario la estimación de necesidades de recursos de todas las áreas del hospital para así tener una buena percepción del cliente en cuanto al servicio que se brinda.

Milla & Silva, (2013), en su trabajo de investigación titulada “*Plan de Mejora del Almacén y Planificación de las Rutas de Transporte de una Distribuidora de Productos de Consumo Masivo*”, en la Pontificia Universidad Católica del Perú. La investigación llegó a las siguientes conclusiones: La mejora en tiempos y distancias recorridas impacta en los tiempos de respuesta al cliente y por consiguiente en su satisfacción. Y la implementación de códigos de barra permitirá que la contabilización de los productos sea más fáciles y precisos, además, permitirá un aprovechamiento del espacio cúbico del almacén y el acomodo de todos los productos.

Millones, (2009), en su trabajo de investigación titulada “*Medición y Control del Nivel de Satisfacción de los Clientes en un Supermercado*”, en la Universidad de Piura. La investigación llegó a la siguiente conclusión: Los factores de la satisfacción del cliente que

tienen mayor relevancia son los correspondientes a las preguntas: Las personas encargadas del área fueron amables, el personal estuvo vestido de acuerdo a su trabajo, las personas encargados del área me escuchaban, la velocidad de atención en las diferentes áreas fue rápida, el personal de las áreas que necesité me atendió en cuanto llegué, esperé poco tiempo para ser atendido, los productos que necesité estaban en buen estado y pude encontrar lo que necesité.

Morales & Moreno, (2004), en su trabajo de investigación titulada “*Sistema de Gestión de Almacén de Productos Terminados*”, en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. La investigación llegó a la siguiente conclusión: Se propuso implementar un Sistema de Gestión de Almacén de Productos Terminados orientado en las mejores prácticas en la administración de Almacenes de Productos Terminados, el cual haciendo uso de herramientas tecnológicas se proporcione información que facilite el análisis para la toma de decisiones logísticas y pues permita también integrar la información del Almacén de Productos Terminados con las demás áreas de la organización.

Moreno, (2012), en su trabajo de investigación titulada “*Medición de la Satisfacción del Cliente en el Restaurante La Cabaña de Don Parce*”, en la Universidad de Piura. La investigación llegó a la siguiente conclusión: La seguridad y la confiabilidad son dos dimensiones importantes para medir la satisfacción del cliente en el restaurante, la primera hace referencia a la cortesía, amabilidad y profesionalidad del personal y la segunda, a la calidad, al sabor y a la frescura de la comida. En este sentido, las medidas inmediatas a realizar para incrementar la satisfacción del cliente son, mejorar el sabor de los platos de fondo como pizzas o ensaladas que para ello sería recomendable contratar a un experto que capacite a los cocineros y además los mozos deberían llevar cursos de capacitación con el fin de adquirir mayores conocimientos técnicos y así brindar una mejor atención en términos de cortesía y amabilidad.

Vela & Zavaleta, (2014), en su trabajo de investigación titulada “*Influencia de la Calidad del Servicio al Cliente en el Nivel de Ventas de Tiendas de cadenas Claro Tottus – Mall, de la Ciudad de Trujillo 2014*”, en la Universidad Privada Antenor Orrego. La investigación llegó a la siguiente conclusión: La oferta de los equipos de Claro, la comunicación y el trato amable por parte del promotor influyen positivamente en el nivel de ventas; del mismo modo, las dimensiones de calidad de servicio (infraestructura moderna, confiabilidad, respuesta y empatía) tiene un impacto positivo en los clientes ya que confían en los productos y sobretodo son escuchados ante cualquier duda que tengan sobre los productos por parte de los promotores de venta.

II.1.3. Antecedentes regionales.

Parraga, (2012), en su trabajo de investigación titulada “*Factores determinantes en la Gestión del Almacén de Productos, Caso: Trapiche Buena Ventura 2012*”, en la Universidad Nacional del Centro del Perú. La investigación llegó a la siguiente conclusión: Los factores cualitativos, técnicos y operacionales influyen directamente en la Gestión del Almacén de Buena Ventura. El primero hace referencia a las habilidades y conocimientos del personal del almacén para ofrecer una mejor calidad de atención, optimizar tiempos de entrega. El segundo son la localización estratégica del almacén, la distribución adecuada de los espacios del almacén y el sistema de codificación de los productos del almacén. Y el tercero se refiere al control de inventarios, distribución y resguardo de materiales y la organización.

II.2. Bases teóricas.

II.2.1. Mejora Continua.

Según Deming mejorando la calidad es posible aumentar productividad, que tiene como resultado el espíritu competitivo mejorado de una empresa de negocios. La calidad baja significa los costos altos que llevarán a una pérdida de la posición competitiva de la organización del negocio en el mercado. La mejora de la calidad de los procesos del trabajo

de la compañía tendrá como resultado rehaciendo menos desecho de la mano de obra; los recursos materiales y el número de errores se reducirán. La producción de la compañía se lograra con menos esfuerzo. Las inversiones a rehacer y partes defectuosas, que es muy costoso, puede ser evitado. Los costos más bajos así permitirán a la empresa a tener una posición de mercadotecnia, competitiva y más fuerte. El círculo de Deming o PHVA (Planear, Hacer, Verificar, Actuar), hizo hincapié a la alta dirección a participar constantemente en programas de mejora de calidad dentro de la organización. Se mencionan las cuatro etapas del círculo de calidad:

- 1) Planear: Se desarrollan las siguientes actividades: Primero es la visión o metas, por lo que se pretende establecer el objetivo de la mejora. Establecido el objetivo, la persona realiza una descripción de su situación actual, refiriéndose a todos los aspectos y determinar su problemática o áreas que tengan mejoras, así mismo realizando una selección de las más sobresalientes y las de mayor impacto. Se determina la definición de cierta teoría de solución con el fin de llevar a la variable a mejorar a un punto óptimo. Por último, se define un plan de trabajo a realizar un plan de implementación para probar la teoría de solución.
- 2) Hacer: En esta etapa, se lleva a cabo el plan de trabajo planeado, estableciendo un control de seguimiento para tener la seguridad de que se desarrolle dicho programa. Para desarrollar la implementación, existen herramientas tales como la gráfica de Gantt o la Lista de verificación de tareas realizadas, que dan lugar a checar el avance del proceso.
- 3) Verificar: La siguiente etapa es verificar en la que se validan los resultados obtenidos y se hace una comparación con los planeados. “lo que no se puede medir no se puede mejorar, al menos en forma sistemática”.

- 4) Actuar: Finalmente, se concluyen las etapas del ciclo de calidad y se realizan. Por tanto si la verificación fue satisfactoria y se lograron los beneficios deseados, es vital sistematizar y hacer una documentación de dichos cambios realizados para asegurar los beneficios.

El círculo de calidad se convierte en un proceso de mejora continua para utilizarse de manera sistemática. Al momento de haberse logrado los objetivos, se desarrolla un proceso permanente de Planear, Hacer, Verificar y Actuar cada que se necesite si se desea resolver la problemática que se desee.

II.2.2. Gestión de almacén.

II.2.2.1. Concepto de gestión de almacén.

Frazelle (2002), afirma que es “un conjunto de operaciones tales como recepción, acomodo, almacenamiento, preparación de pedido y despacho, que sirven para almacenar materia prima, trabajo en proceso o producto terminado que permiten la amortiguación de los desfases entre la demanda y la producción, facilitando la atención de pedidos de los clientes”.

II.2.2.2. Principios y objetivos de los almacenes.

La coordinación con otros procesos logísticos, el equilibrio en el manejo de los niveles de inventario y en servicio al cliente y la flexibilidad para adaptarse a los cambios de un mundo empresarial globalizado son principios para la gestión de almacenes.

De igual forma, Mulcahy (1993), Urzelai (2006), Mauleón (2006), y Harnsberger (1997) (como se citó en Correa, et al. 2010) señalan que los objetivos de la gestión de almacenes son: Minimizar el espacio empleado con el fin de incrementar la rentabilidad, las necesidades de inversión y costos de administración de inventarios,

los riesgos con el personal, con los productos y con la planta física, las pérdidas (sean por robos, averías o inventario extraviado), las manipulaciones (los recorridos y movimientos de personas, materiales y productos deben ser reducidos a través de la simplificación y mejora de procesos). Asimismo, maximizar la disponibilidad de productos, la capacidad de stock y rotación de pedidos, la protección a los productos.

II.2.2.3. Tipos de almacén.

Los tipos de almacenes pueden variar según a la actividad de la empresa según, Adolfo Carreño (2016).

Tabla 1. Tipo de almacén según la actividad de la empresa

EMPRESA INDUSTRIAL	EMPRESA COMERCIAL
Fabricantes y proveedores que tienen en su almacén materia prima.	Constituidas por distribuidores mayoristas o minoristas que despachan los productos a los clientes.

Información obtenida de libros (Elaboración propia)

Tipos de almacenamiento por propiedad del espacio

Almacén propio: Ballou (2004) refiere que la mayoría de empresas y organizaciones tienen un espacio donde almacenan sus bienes terminados con un área de cientos de miles de metros cuadrados hasta un pequeño cuarto para los suministros de oficina.

Almacenamiento tercero: Ballou (2004) refiere que existen muchas empresas que se dedican a suministrar servicios de almacenamiento para otros negocios.

Espacio arrendado: Ballou (2004) refiere que el espacio alquilado significa para muchas empresas una opción intermedia entre la renta del espacio a corto plazo en un almacén público y el compromiso a largo plazo de un almacén privado.

II.2.2.4. Procesos básicos de la gestión de almacenes.

Recepción: Es el proceso de descarga de un vehículo de entrada, su identificación, inspección, registro y tal vez pre-empaque de la mercancía, es la preparación de las demás actividades del almacén, dado que, si se recibe inapropiadamente la mercancía, se puede obstaculizar su manipulación posterior.

Almacenamiento: Consiste en mantener físicamente la mercancía mientras está en espera de ser demandada. El método de almacenamiento depende del tamaño y cantidad de los artículos en el inventario y las características de manejo del producto o su envase.

Control de inventario: Es una herramienta que permite a las empresas y organizaciones conocer las cantidades existentes de productos disponibles para la venta, en un lugar y tiempo determinado, así como las condiciones de almacenamiento aplicables en las industrias.

Preparación de pedidos: Llamada también picking es la recuperación de los artículos de la zona de almacenamiento en respuesta a la solicitud de un cliente. Las actividades que conforman esta operación son: procesamiento de las órdenes, recogida de los productos, traslado a la zona de expedición y verificación de los pedidos.

Despacho: Es inspeccionar todos los productos que salen de él. También desarrolla procesos de consolidación y desconsolidación de cargas para introducirlas en el medio de transporte, pesaje de las cargas para determinar los costos de transporte, preparación de la documentación y registro de la información en software logístico relacionado con el proceso.

II.2.2.5. Técnica ABC en los inventarios.

La técnica ABC es un método que sirve para clasificar los ítems según su valor, con lo que se puede mejorar el control de la mercadería que tiene más importancia para el almacén (Ferrín 2014). El criterio por el que se distingue los productos varía de acuerdo a las necesidades de la empresa, éstos pueden ser: valor monetario, peso, volumen, rotación.

II.2.3. Satisfacción del cliente.

II.2.3.1. Definición satisfacción del cliente.

Kotler (2003) es "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas". Dicho de otra forma, "una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previos. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado"

Pérez (2006), "consiste en satisfacer o superar las expectativas que tienen los clientes en relación a la organización, fijando cuál es la necesidad que el cliente espera y cuál es el nivel de bienestar que espera que le proporcionen".

La satisfacción del cliente va a ser el resultado de comparar sus expectativas con la percepción del producto o servicio recibido.

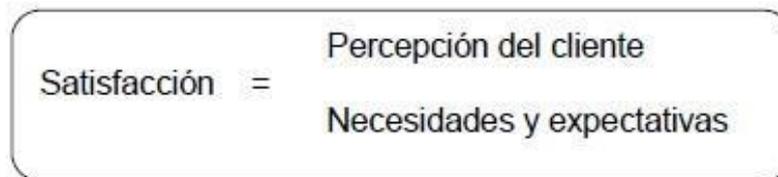


Ilustración 1. Satisfacción del cliente (Fuente Pérez, 2006)

Se debe tener en cuenta que cuanto más positiva sea la percepción del cliente sobre lo recibido y según corresponda con sus expectativas, mayor será la satisfacción del cliente.



Ilustración 2. Satisfacción del cliente (Fuente Pérez, 2006)

II.2.3.2. Tipos de clientes.

Pérez (2006), señala la existencia de dos tipos de clientes, es decir, los clientes externos y los clientes internos. Los clientes externos son aquellas personas que adquieren los productos y servicios ofrecidos, estos son extraños o ajenos a la empresa y son la fuente de ingresos que sostienen las operaciones. Para medir el nivel de satisfacción de los clientes externos, se puede utilizar las siguientes propiedades: **Trabajadores:** trato, amabilidad, celeridad, responsabilidad, **producto:** variedad, cantidad, precio, tamaño, **empresa:** imagen, higiene, orden, comodidad, infraestructura.

Por otro lado, los clientes internos son las personas que trabajan en la empresa, cada unidad o área es cliente y proveedora al mismo tiempo, garantizando que la calidad de su trabajo se refleje en la que reciben los clientes externos. La mayoría de las empresas no tienen en cuenta la opinión del cliente interno, es decir, de sus trabajadores; pero para que la atención al cliente sea de calidad se debe tener en cuenta a todos los trabajadores y verlos como el aspecto más importante.



Ilustración 3. Tipos de clientes (Fuente Pérez, 2006)

Los indicadores de la satisfacción de los clientes internos son, el contenido del trabajo, la motivación, el trabajo en equipo y las condiciones de trabajo. El contenido del trabajo se refiere al atractivo que presenta el puesto de trabajo o el nivel de retroalimentación de los resultados que posibilita. El trabajo en grupo está relacionado con la participación y satisfacción de las necesidades sociales de afiliación. La motivación hace referencia a la satisfacción laboral que perciben los empleados en cuanto al clima laboral, horario de trabajo y remuneración recibida. Las condiciones de trabajo se refiere al ambiente de trabajo como: el seguro, la higiene y la comodidad.

Existen otras clasificaciones de clientes que pueden destacar. De esta forma también es posible entender la existencia de cliente final, cliente intermedio, público objetivo y cliente potencial atendiendo al uso que hacen del producto. El cliente final es aquella persona que utilizará el producto o servicio adquirido a la empresa. También se denomina usuario final o beneficiario. El cliente intermedio es el distribuidor que hace

posible que los productos o servicios que provee la empresa estén disponibles para el usuario final o beneficiario. El público objetivo es aquel que no se interesa de forma particular en el servicio o el producto que la empresa ofrece, pero al cual la empresa dirige su publicidad para captarle. Finalmente, el cliente potencial es aquel que muestra interés por los productos o servicios de la empresa, pero aún no se ha decidido a comprar o utilizar los servicios.

II.2.3.3. Expectativas de los clientes.

Gosso (2008), son las características que los clientes esperan recibir en la prestación de un servicio. Estas expectativas están compuestas por dos dimensiones: una estructural y la otra emocional. La estructural se refiere a los elementos tangibles como el uniforme del personal o la limpieza del lugar. En tanto que, lo emocional, tiene que ver con el plano emocional del cliente, sobre cómo espera sentir la experiencia del servicio.

Las expectativas de los clientes son cambiantes. Esta variabilidad en las expectativas se fundamenta en que los clientes crean en su mente expectativas de desempeño por influencia de muchos elementos: Lo que el cliente se entere de otros usuarios, las experiencias anteriores con el servicio, las necesidades de los clientes al momento de la prestación, la publicidad de los proveedores del servicio, el precio que influye cuando el cliente no dispone de otros elementos para evaluar previamente la calidad de un servicio.

II.2.3.4. Satisfacción del cliente desde el buen servicio.

Gosso (2008), la satisfacción es un estado de ánimo proveniente de la comparación entre las expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa. Por lo tanto, si el resultado es neutro, no se habrá movilizado ninguna emoción positiva en el cliente,

lo que implica que la compañía no habrá conseguido otra cosa más que hacer lo que tenía que hacer, sin agregar ningún valor añadido a su desempeño. En tanto, si el resultado es negativo, el cliente experimentará un estado emocional de insatisfacción. Es decir, al no lograr un desempeño satisfactorio la compañía tendrá que asumir costos relacionados con volver a prestar el servicio, compensar al cliente, neutralizar comentarios negativos y levantar la moral del personal. En cambio, si el cliente percibió que el servicio tuvo un desempeño mayor a sus expectativas, el resultado de esta comparación será positivo, esto implicará que se habrá logrado satisfacer agradablemente al cliente. Por tanto, se habrá ganado un cliente híper satisfecho. Lo que significa para la compañía, una mayor fidelidad del cliente, quien se sentirá deseoso de volver a comprar y de contar sus experiencias a otros, como también, personal más contento y motivado, a quienes el cliente agradece y elogia.

II.3. Definición de conceptos.

Almacén: “Es un sistema que combina infraestructura, recursos humanos, equipos, maquinarias y procesos, para labores de conservación o almacenamiento de inventario y manipulación de los mismos, que requieran las empresa participantes de la cadena de suministro”. (Carreño, 2016)

Almacenamiento: “Se inicia una vez que los materiales han sido colocados en una ubicación de almacenamiento y concluye cuando se inicia la preparación de los pedidos, está orientada a guardar y preservar los materiales, cuidándose que se pueda entregar en condiciones óptimas”. (Carreño, 2016).

Cobertura: “Es el número de días de venta que podamos atender con el stock actual”. (Carreño, 2016).

Embarque: “Consiste en la entrega de materiales que guarda el almacén a los transportistas a cambio de una orden, vale de salida o nota de crédito, lo que contribuye el comprobante efectuado”. (Carreño, 2016).

Gestión de almacén: “Es un proceso que trata la recepción, almacenamiento y distribución, hasta el punto de consumo de cualquier tipo de material, materias primas, semielaboradas, terminados”. (Ballou, 2004).

Ley de Pareto: “Es el análisis ABC, tiene como objetivo incrementar la eficiencia de las políticas adaptadas ya que permite concentrar recursos en las áreas donde se produce un mayor efecto deseado, con ello el efecto marginal de cada unidad de los recursos es máximo”. (Garcia, 2004).

Preparación de pedidos: “Es la extracción de los materiales pedidos desde el sistema de almacenamiento en donde estén ubicados, estas listas pueden ser electrónicas o manuales, es la etapa más crítica del ciclo de almacenamiento”. (Carreño, 2016).

Rotación: “Es la indicación del número de veces que se ha despachado en el inventario promedio de ese artículo en un periodo de tiempo específico, es el cociente que resulta dividir las salidas del artículo entre el inventario promedio de dicho artículo”. (Carreño, 2016).

II.4. Hipótesis y variables.

II.4.1. Hipótesis de la investigación.

II.4.1.1. Hipótesis general.

La Mejora Continua en la Gestión de Almacén influye moderadamente en la Satisfacción del Cliente de la empresa WANDER S.A.C. – Huancayo, 2017.

II.4.1.2. Hipótesis específicos.

- a) La Mejora Continua en la Gestión de Almacén influye moderadamente en la Satisfacción con los trabajadores de la empresa WANDER S.A.C. – Huancayo, 2017.
- b) La Mejora Continua en la Gestión de Almacén influye moderadamente en la Satisfacción con los productos de la empresa WANDER S.A.C. – Huancayo, 2017.
- c) La Mejora Continua en la Gestión de Almacén influye moderadamente en la Satisfacción con la empresa de la empresa WANDER S.A.C. – Huancayo, 2017.

II.4.2. Variables de la investigación.

II.4.2.1. Variable independiente: Gestión de Almacén.

D1: Recepción

D2: Almacenamiento

D3: Control de inventarios

D4: Preparación de pedidos

D5: Despacho

II.4.2.2. Variable dependiente: Satisfacción del Cliente.

D1: Trabajadores

D2: Producto

D3: Empresa

II.5. Operacionalización de las variables.

Tabla 2. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE INDEPENDIENTE: Gestión de Almacén	“Un conjunto de operaciones tales como recepción, acomodo, almacenamiento, preparación de pedido y despacho, que sirven para Almacenar materia prima, trabajo en proceso o producto terminado que permiten la amortiguación de los desfases entre la demanda y la producción, facilitando la atención de pedidos de los clientes”. (Frazelle, 2002).	Recepción	<ul style="list-style-type: none"> ✓Identificación ✓Inspección ✓Registro 	Ordinal
		Almacenamiento	<ul style="list-style-type: none"> ✓Mantener la mercancía 	Ordinal
		Control de inventarios	<ul style="list-style-type: none"> ✓Conocer las cantidades disponibles para la venta. ✓Conocer los tipos de producto. ✓Conocer el lugar del producto. 	Ordinal
		Preparación de pedidos	<ul style="list-style-type: none"> ✓Procesamiento de los órdenes. ✓Recogida de los productos. ✓Traslado a la zona de expedición. ✓Verificación de los pedidos. 	Ordinal
		Despacho	<ul style="list-style-type: none"> ✓Cumplimiento de entregas efectivas. ✓Entregas a tiempo. 	Ordinal
VARIABLE DEPENDIENTE: Satisfacción del Cliente	“Es una de las claves para asegurar una excelente calidad en el servicio, consiste en satisfacer o sobrepasar las expectativas que tienen los clientes respecto a la organización, determinando cuál es la necesidad que el cliente espera y cuál es el nivel de bienestar que espera que le proporcionen”. (Pérez, 2006)	Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> ✓Trato ✓Amabilidad ✓Celeridad ✓Responsabilidad 	Ordinal
		Producto	<ul style="list-style-type: none"> ✓Variedad ✓Cantidad ✓Precio ✓Tamaño 	Ordinal
		Empresa	<ul style="list-style-type: none"> ✓Imagen ✓Higiene ✓Orden ✓Comodidad ✓Infraestructura 	Ordinal

Elaboración propia

CAPITULO III

III. METODOLOGÍA

III.1. Método de investigación.

III.1.1. Método general.

El método general de investigación de la presente tesis fue el método Científico. Tamayo (2000) indica que el método científico: “es un conjunto de procedimientos por los cuales se plantean los problemas científicos y se ponen a prueba las hipótesis y los instrumentos de trabajo investigativo” (p. 28).

III.1.2. Método específico.

El método con que se trabajó en esta investigación es el deductivo, como menciona Bisquerra (1998) al señalar que "con este método se analizan los casos particulares a partir de las cuales se extraen conclusiones de carácter general. El objetivo es el descubrimiento de generalizaciones y sus teorías a partir de observaciones sistemáticas de la realidad. Este método fue introducido por F Bacon y desarrollado por J. S. Mill. Se basa en la observación y experimentación”

III.2. Tipo de la investigación.

Se ha utilizado la investigación aplicada, según Bets (1998), en *Como investigar en educación*, menciona: “La investigación aplicada, movida por el espíritu de la investigación fundamental, ha enfocado la atención sobre la solución de problemas más que sobre la formulación de teorías. Se refiere a resultados inmediatos y se halla interesada en el perfeccionamiento de los individuos implicados en el proceso de la investigación” (p.123).

III.3. Nivel de la investigación.

El nivel de investigación es descriptivo; Hernández R. & Fernández C. & Baptista M. (2010) conceptualizan así “es especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se somete a un análisis”.

Así mismo aplicaremos el explicativo quien Hernández, Fernández y Baptista señala: "Este tipo de estudio está dirigido a responder a las causas de los eventos físicos o sociales, además su principal interés es explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste, o por qué dos o más variables están relacionadas”.

III.4. Diseño de la investigación.

La investigación se ubica en el diseño Experimental; específicamente en el sub diseño de cuasi experimental, según Arnau (1995) define "como un plan de trabajo con el que se pretende estudiar el impacto de los tratamientos y/o los procesos de cambio, en situaciones donde los sujetos o unidades de observación no han sido asignados de acuerdo con un criterio aleatorio"

M: O1 x O2

DONDE:

M: Muestra

O1: Pre Test

X: Tratamiento

O2: Post Test

III.5. Población y muestra.

III.5.1. Población.

Según Tamayo (2003), la población “es la totalidad del fenómeno a estudiar, en donde las unidades de población tienen una característica en común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”.

En la investigación se utilizó una población de 200 clientes que la Empresa WANDER S.A.C., tiene.

III.5.2. Muestra.

Tamayo (2003) afirma que la muestra “es el grupo de individuos que se toma de la población para estudiar un fenómeno estadístico”. Como muestra para el presente estudio de acuerdo a la cantidad de clientes de la empresa WANDER S.A.C. ya que es un subconjunto representativo de un universo, la cantidad de 132 clientes.

$$n = \frac{z^2 \times P \times N}{E^2 (N - 1) + Z^2 P X Q}$$

En donde

Z = nivel de confianza, de 95%

n= Tamaño necesario de la muestra

E = error de estimación 5%

Q = probabilidad de fracaso 0.5

P= probabilidad

N= Tamaño de la población 200

III.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

III.6.1. Técnicas de recolección de datos.

Para la investigación se utilizó fuentes primarias y secundarias, como Hernández, Fernández y Baptista (2010) mencionan: “la siguiente etapa consiste en recolectar los datos pertinentes sobre los atributos, conceptos o variables de las unidades de análisis del caso”

Fuentes primarias:

Observación: registro sistemático, valido y confiable de comportamientos y situaciones observables a través de un conjunto de dimensiones e indicadores.

Encuestas: cuestionario para medir niveles de conocimientos y escalas de actitudes.

Fuentes secundarias:

Biblioteca: fichajes

Tesis: datos estadísticos.

III.6.2. Instrumentos de recolección de datos.

En la investigación se utilizó como instrumento el cuestionario, que según Salkind (1998) menciona en *Método de investigación*, que: “Los cuestionarios son un conjunto de preguntas estructuradas y enfocadas que se contestan con lápiz y papel. Los cuestionarios ahorran tiempo, porque permiten a los individuos llenarlo sin ayuda o intervención directa del investigador” (p. 149).

III.7. Procedimiento de recolección de datos.

- 1° Visita al lugar de investigación (Empresa WANDER S.A.C.).
- 2° Aplicación del instrumento de recolección de datos (cuestionario).
- 3° Explicación del instrumento aplicado.
- 4° Obtención de resultados.

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

El presente investigación se optó por la validez interna media de consistencia interna que el Alfa de Cronbach.

GESTIÓN DE ALMACÉN:

Tabla 3. Validación del instrumento de Gestión de Almacén

		Resumen de procesamiento de casos	
		N	%
Casos	Válido	5	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	5	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.
Elaboración propia

Tabla 4. Estadística de Fiabilidad de Gestión de Almacén

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,769	16

Elaboración propia

Se encuentra en excelente validez según Herrera. R. Aura (1998)

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE:

Tabla 5. Validación del instrumento de Satisfacción del Cliente

		N	%
Casos	Válido	132	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	132	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.
Elaboración propia

Tabla 6. Estadística de Fiabilidad de Satisfacción del Cliente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,777	16

Elaboración propia

Se encuentra en excelente validez según Herrera. R. Aura (1998)

CAPITULO IV

IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

IV.1. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

Los datos obtenidos mediante la aplicación de técnicas e instrumentos antes mencionados; serán ingresados a programas computarizados tales como SPSS-V 22 donde después de los cálculos correspondientes presentaremos la información en forma de gráficos, cuadros o resúmenes.

IV.2. Presentación de resultados en tablas, gráficos, figuras, etc.

IV.2.1. Antes de la Mejora Continua.

IV.2.1.1. La Gestión de Almacén en la empresa WANDER S.A.C – Huancayo antes de la implementación de la Mejora Continua.

Por Gestión de Almacén se entiende “un conjunto de operaciones tales como recepción, acomodo, almacenamiento, preparación de pedido y despacho, que sirven para almacenar materia prima, trabajo en proceso o producto terminado que permiten

la amortiguación de los desfases entre la demanda y la producción, facilitando la atención de pedidos de los clientes” Frazelle (2002)

El almacén que existe en la Empresa WANDER SAC se encuentra mal organizado, mala ubicación y un desajuste en los productos que se encuentran de manera física y en el sistema, y el conteo que se realiza es muy poco, hay poca capacitación de la forma de manejar el almacén y de cómo distribuir, como se muestra en las siguientes tablas creando inconvenientes en el momento del despacho. Asimismo, se pudo observar que los productos se colocan de forma desordenada, mucho de los casilleros no tiene sus letreros correspondientes, lo cual ocasiona que se entregue erróneamente a los clientes. Para las nuevas personas que se guían por los letreros, les es difícil encontrar los productos sin letreros o una señalización respectiva. Los letreros que llevan los productos son descoloridos, algunos muy viejos y otros con cinta adhesiva.

Tabla 7. Identificación de productos que ingresan a almacén

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Válido	Por el Código	1	20,0	20,0	20,0
	Por el espesor	1	20,0	20,0	40,0
	Por su tamaño	3	60,0	60,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia

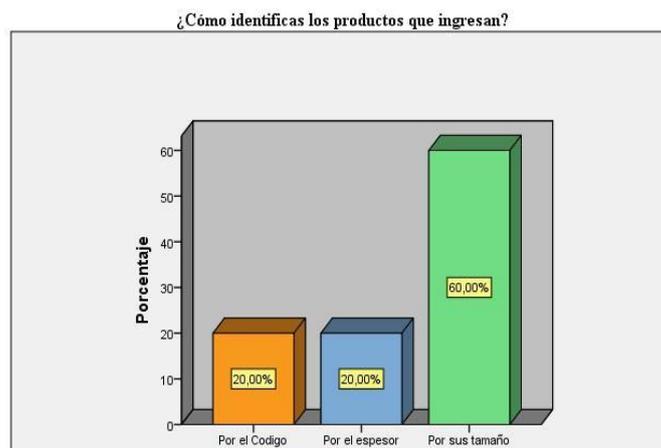


Ilustración 4. Identificación de productos que ingresan a almacén (Fuente Elaboración propia)

El 60% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC identifican los productos que ingresan al almacén por sus tamaños y las forma que tiene cada producto (redondo, cuadrado, rectangular, planas, estriadas, galvanizadas), el 20% por el código y el otro 20% por el espesor de cada producto. En conclusión, la mayoría de trabajadores se basan en sus tamaños y las formas que tiene cada producto sin importar o dar mayor interés en el espesor que tiene cada uno, así es donde se equivocan y juntan un producto con otro.

Tabla 8. Verificación del ingreso correcto de los productos

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Válido	Verificando los comprobantes	4	80,0	80,0	80,0
	No llevo el control del producto	1	20,0	20,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia

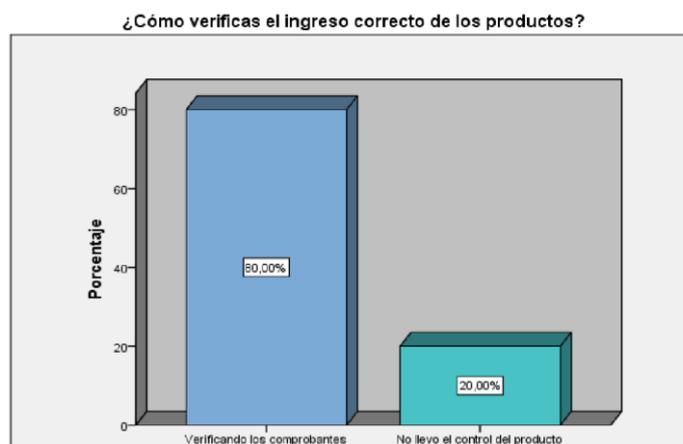


Ilustración 5. Verificación del ingreso correcto de los productos (Fuente Elaboración propia)

El 80% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC verifican en ingreso correcto de los productos a través de la verificación de los comprobantes y el 20% no lleva el control del producto. Esto quiere decir que en WANDER no utilizan el Kardex, ni Sistema Software, haciéndolo de manera convencional y rutinaria. No saben con exactitud cuántos de los productos están en el almacén ni cuántos se venden.

Tabla 9. Registro de los productos en el almacén

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Válido	Una vez al año	5	100,0	100,0	100,0

Elaboración propia



Ilustración 6. Registro de los productos en el almacén (Fuente Elaboración propia)

El 100% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC registran los productos que se encuentran en el almacén una vez al año, solo para el cierre del ejercicio de la empresa, haciéndose una tarea muy tediosa y estresante por que recién ahí se dan cuenta si falta algún producto, hay excesos de productos o están malogrados. Tampoco hacen registro de los productos que ingresan al almacén solo descargan y colocan a los casilleros.

Tabla 10. Colocación de los productos

	ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Válido	En los casilleros correspondientes	2	40,0	40,0	40,0
	En los casilleros que estén disponibles	1	20,0	20,0	60,0
	Donde hay espacio	2	40,0	40,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia

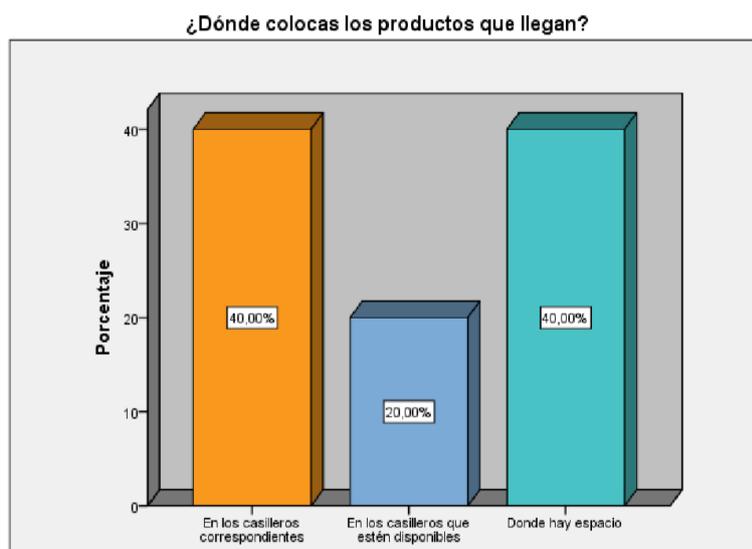


Ilustración 7. Colocación de los productos (Fuente Elaboración propia)

El 40% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC colocan los productos que llegan en los casilleros correspondientes, el otro 40% colocan donde hay espacio y el 20% en los casilleros que estén disponibles. En conclusión, colocan muchos de ellos donde hay espacio, sin importar su correcta ubicación, porque algunos que son muy pesados lo colocan en la parte superior sin importarles la facilidad con la que será atendido e incluso su salud. Existen productos que ni tiene colocados sus nombres y se equivocan colocándolos.

Tabla 11. Cantidad de producto disponible

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Observo en los casilleros	1	20,0	20,0	20,0
	No llevo el control de los productos	3	60,0	60,0	80,0
	Solo despacho los pedidos	1	20,0	20,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia

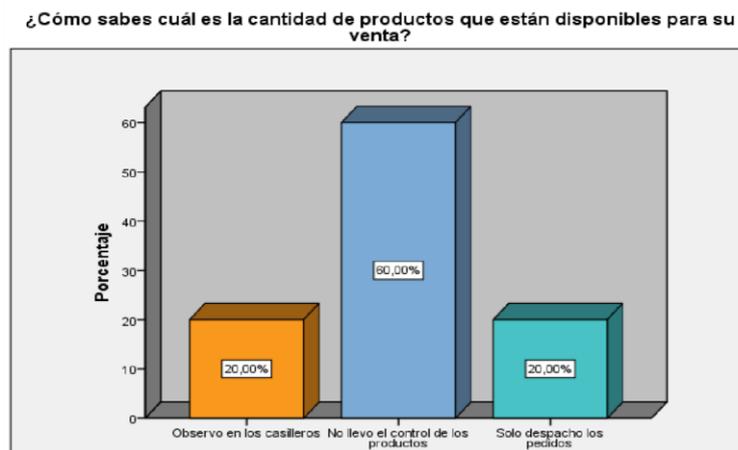


Ilustración 8. Cantidad de producto disponible (Fuente Elaboración propia)

El 60% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC no llevan el control de los productos, el 20% solo observa si hay productos en los casilleros y el otro 20% solo se dedica a despachar los pedidos. En conclusión, los trabajadores de la empresa WANDER SAC no saben la cantidad exacta de productos disponibles para su venta porque no es su función.

Tabla 12. Ubicación correspondiente de cada producto

		Frecun cia	Porcent aje		Porcentaje válido	Porcentaj e acumulado
Vál ido	Por el espesor	2	40,0		40,0	40,0
	Por los casilleros	1	20,0		20,0	60,0
	Así estaban					
	colocados en el almacén	2	40,0		40,0	100,0
	Total	5	100,0		100,0	

Elaboración propia

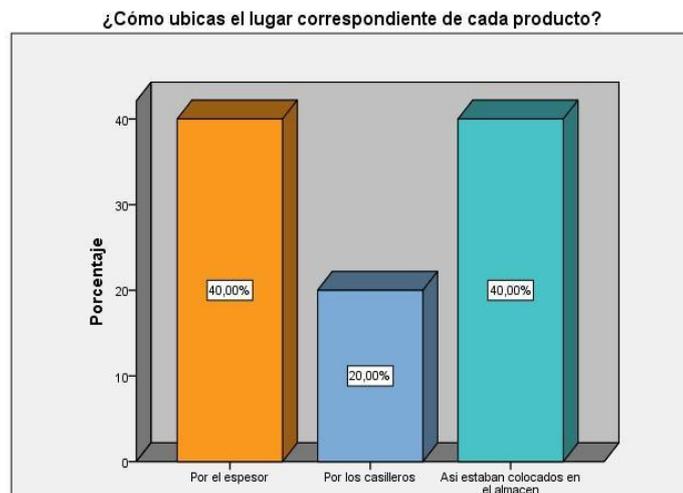


Ilustración 9. Ubicación correspondiente de cada producto (Fuente Elaboración propia)

El 40% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC ubica el lugar correspondiente de cada producto por el espesor, el otro 40% porque así estaban colocados en el almacén y el 20% por los casilleros. En conclusión, en su mayoría los trabajadores colocan esos productos en un lugar porque ahí colocaban o a simple vista por el espesor, aspectos no muy razonables porque siempre uno varía del otro y esto conlleva a entregar un pedido por otro ocasionando descuadres en el manejo de inventario y un cliente insatisfecho en ocasiones.

Tabla 13. Calificación de las órdenes de pedido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excelente	1	20,0	20,0	20,0
		1	20,0	20,0	40,0
	Bueno				
	Regular				
	Total	3	60,0	60,0	100,0
		5	100,0	100,0	

Elaboración propia

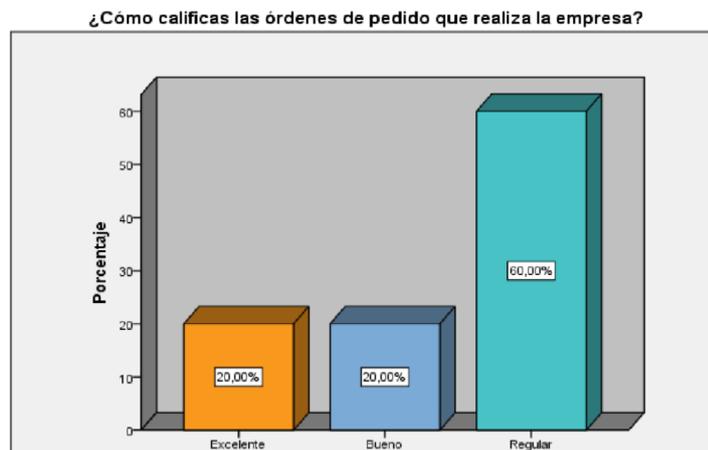


Ilustración 10. Calificación de las órdenes de pedido (Fuente Elaboración propia)

El 60% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC califican como regular a las órdenes de pedido que se realiza, el 20% como bueno y el otro 20% como excelente.

Tabla 14. Recojo de pedidos según llegada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	2	40,0	40,0	40,0
	La mayoría de veces	1	20,0	20,0	60,0
	Algunas veces sí,				
	algunas veces no	2	40,0	40,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia

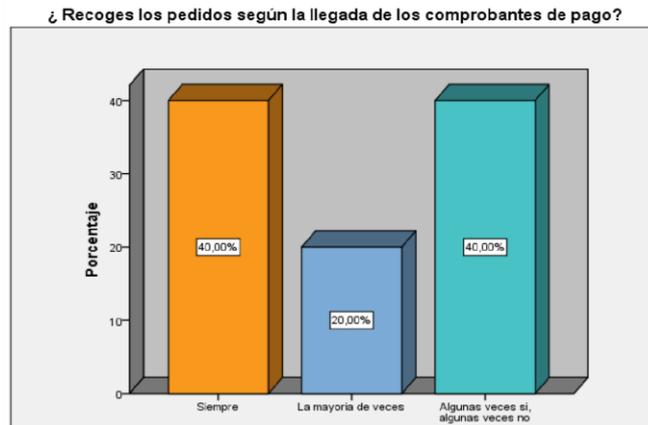


Ilustración 11. Recojo de pedidos según llegada (Fuente Elaboración propia)

El 40% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC siempre recoge los pedidos según la llegada de los comprobantes de pago, el otro 40% algunas veces sí y algunas veces no recoge los pedidos según la llegada de los comprobantes de pago y el 20% la mayoría de las veces sí. Es decir, si los trabajadores en su mayoría de veces recogen cada pedido según llegada, los clientes se retirarán tranquilos pero si existe preferencia el cliente estará incómodo y hará su reclamo.

Tabla 15. Requiere ayuda para la verificación de cada pedido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	2	40,0	40,0	40,0
	La Mayoría de veces	1	20,0	20,0	60,0
	Algunas veces sí, algunas veces no	1	20,0	20,0	80,0
	La mayoría de veces no	1	20,0	20,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia

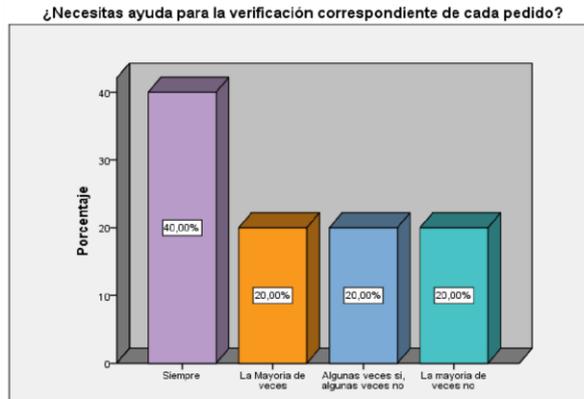


Ilustración 12. Requiere ayuda para la verificación de cada pedido (Fuente Elaboración propia)

El 40% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC mencionan que siempre necesitan de ayuda para verificar cada pedido, el 20% la mayoría de las veces sí, el 20% algunas veces sí y otras no y el otro 20% la mayoría de las veces no. En conclusión, la mayoría de los trabajadores consideran necesario la ayuda para verificar cada pedido solo si éste fuera numeroso, para así evitar entregar un producto por otro o entregar un producto por demás o tal vez un producto menos a lo solicitado.

Tabla 16. Calificación de entrega de pedidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	1	20,0	20,0	20,0
	Regular	4	80,0	80,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia



Ilustración 13. Calificación de entrega de pedidos (Fuente Elaboración propia)

El 80% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC considera regular la entrega de pedidos a cada cliente y solo el 20% considera como bueno la entrega. Esto debido a que los mismos trabajadores saben en su conciencia que algunas entregas son equivocadas.

Tabla 17. Atención adecuada de cada pedido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	2	40,0	40,0	40,0
	La mayoría de las veces	1	20,0	20,0	60,0
	Algunas veces sí, algunas veces no	2	40,0	40,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia

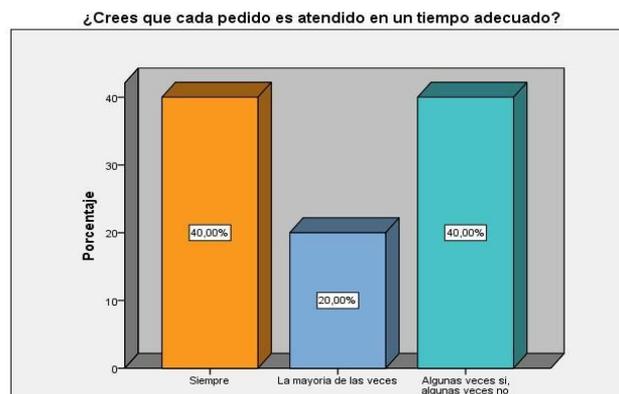


Ilustración 14. Atención adecuada de cada pedido (Fuente Elaboración propia)

El 40% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC indican que siempre cada pedido es atendido en el tiempo adecuado, el 40% algunas veces sí y otras no y el 20% algunas veces sí. En conclusión, la mayoría de los trabajadores consideran adecuado el tiempo de atención a cada pedido.

Tabla 18. Demora en la atención de pedidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Estoy ocupado en otras actividades	3	60,0	60,0	60,0
	Porque estoy cansado	2	40,0	40,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia

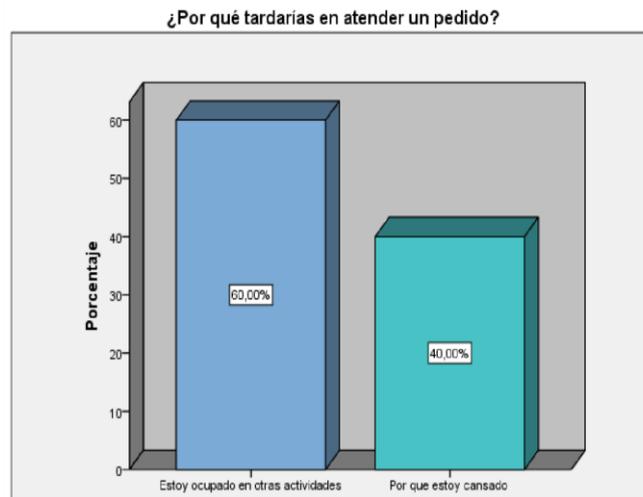


Ilustración 15. Demora en la atención de pedidos (Fuente Elaboración propia)

El 60% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC mencionan que el motivo de su tardanza en atender un pedido es porque están ocupados en otras actividades como por ejemplo ocupados en los servicios de doblado, cortado, en descargue de productos, entre otras y el 20% manifiesta que están cansados y que por eso se demorarían. En conclusión, sería aceptable que se tarden en atender un pedido si en caso la otra actividad que están realizando es con urgencia, pero si no hay apuros entonces lo primero sería atender a los clientes.

Tabla 19. Tiempo de llegada al almacén del área de ventas

		Frecuencia		Porcentaje e válido	Porcentaje e acumulado
Válido	20 segundos	1		20,0	20,0
	30 segundos	1		20,0	40,0
	40 segundos	1		20,0	60,0
	50 segundos	1		20,0	80,0
	1 minuto	1		Porcentaje	100,0
	Total	5	100,0	20,0	

Elaboración propia

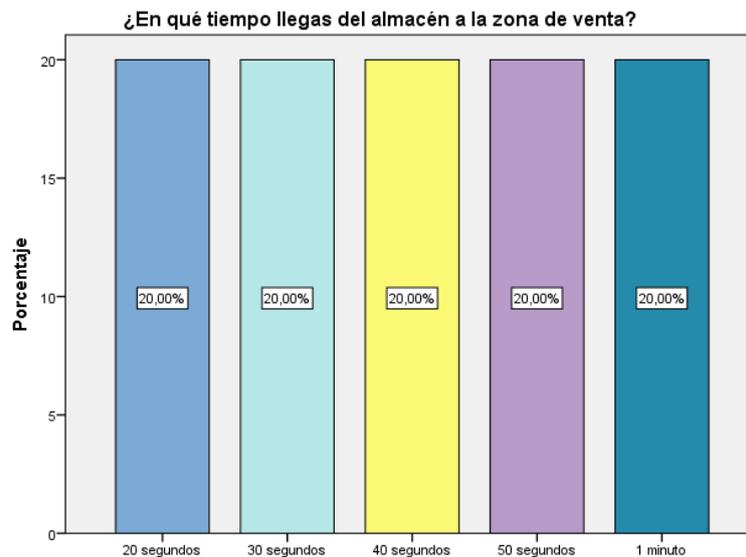


Ilustración 16. Tiempo de llegada al almacén del área de ventas (Fuente Elaboración propia)

Cada trabajador de la empresa WANDER SAC tiene diversos tiempos de llegada del almacén a la zona de venta, porque varía del lugar del almacén en que se encuentre, sea éste cerca de la zona de venta o al fondo del almacén, por lo que en su mayoría va a variar en los tiempos. Además también va a variar en cuanto al peso que tiene cada producto porque cada uno tiene un peso distinto al otro.

Tabla 20. Número de veces que se verifica cada pedido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 vez	3	60,0	60,0	60,0
	3				
	veces	2	40,0	40,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia

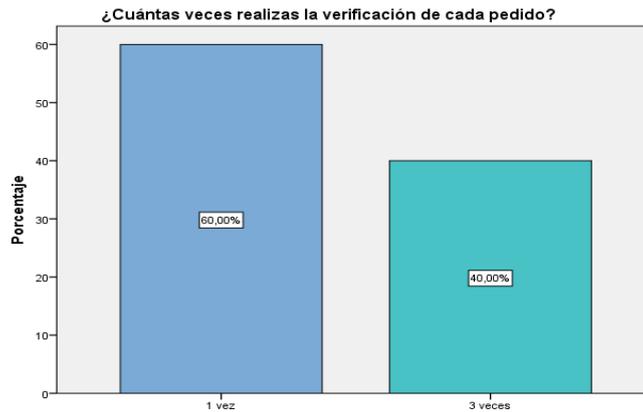


Ilustración 17. Número de veces que se verifica cada pedido (Fuente Elaboración propia)

El 60% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC realiza solo 1 vez la verificación de cada pedido y el 40% hasta 3 veces hace su verificación. Si un pedido es de mucha cantidad, es necesario realizar hasta más de 3 veces su verificación para evitar malas entregas de pedido y las insatisfacciones que se pueden ocasionar, pero si el pedido es en poca cantidad se puede hacer exageradamente hasta 3 veces por demás la verificación, todo esto con el fin de crear malas entregas y malos cuadros de inventarios.

IV.2.1.2. Satisfacción del cliente en la empresa WANDER SAC- Huancayo antes de la Mejora Continua.

Por satisfacción del cliente se entiende “define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”. Dicho de otra forma, “una

sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previos. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado” Kotler (2003)

La satisfacción de los clientes brindados en la empresa WANDER Sac se considera regular, la rapidez en que se atiende, la amabilidad, la explicación que da respecto a los productos que solicita.

Veremos cómo es la satisfacción de los clientes en la siguiente información:

Tabla 21. Calificación del trato que brindan los Trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaj e válido	Porcentaj e acumulado
Válidos	EXCELENT E	17	12,9	12,9	12,9
		43	32,6	32,6	45,5
	BUENO	72	54,5	54,5	100,0
	REGULAR	132	100,0	100,0	
	Total				

Elaboración propia

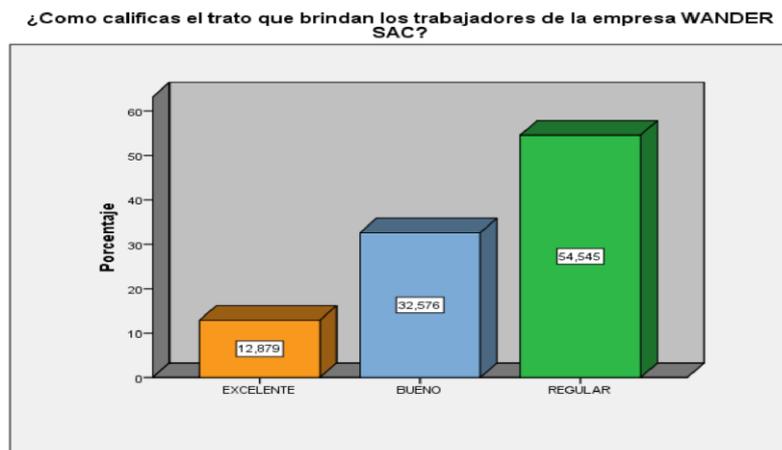


Ilustración 18. Clasificación del trato que brindan los Trabajadores (Fuente Elaboración propia)

El 54,5% de los encuestados califican como regular el trato que brindan los trabajadores de la empresa WANDER SAC y el 45,5% califican como bueno y excelente el trato que reciben de los mismos; esto significa que la mayoría de los clientes no están contentos ni satisfechos con el trato que reciben de los trabajadores, esto puede conllevar a perder a algunos de los clientes.

Tabla 22. Calificación de la variedad de productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	28	21,2	21,2	21,2
	LA MAYORIA DE LAS VECES	35	26,5	26,5	47,7
	ALGUNAS VECES SI, ALGUNAS VECES NO	64	48,5	48,5	96,2
	LA MAYORIA DE LAS VECES NO	5	3,8	3,8	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Elaboración propia

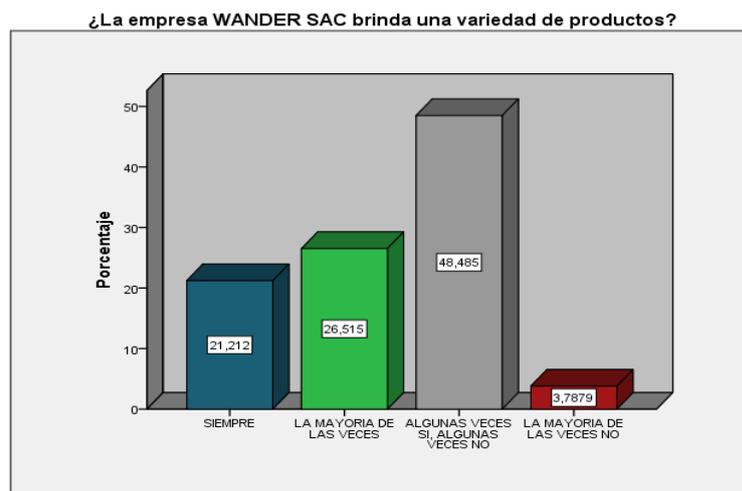


Ilustración 19. Calificación de la variedad de productos (Fuente Elaboración propia)

El 48,5% de los clientes califican que algunas veces sí y algunas veces no la empresa WANDER SAC brinda una variedad de productos, el 26,5% dicen que la mayoría de las veces si brindan una variedad de productos, el 21,2% dicen que siempre encuentran una variedad de productos en WANDER SAC y solo el 3,7% dicen que la mayoría de la veces no encuentran una variedad de productos. Esto indica que la mayoría de los clientes a veces encuentra el producto que necesita como a veces no, y hace que el cliente vaya a buscar en la competencia.

Tabla 23. Calificación de la Cantidad de stock

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	21	15,9	15,9	15,9
	LA MAYORIA DE LAS VECES	33	25,0	25,0	40,9
	ALGUNAS VECES SI, ALGUNAS VECES NO	72	54,5	54,5	95,5
	LA MAYORIA DE LAS VECES NO	6	4,5	4,5	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Elaboración propia

¿En la empresa WANDER SAC encuentras la cantidad de productos que necesitas?

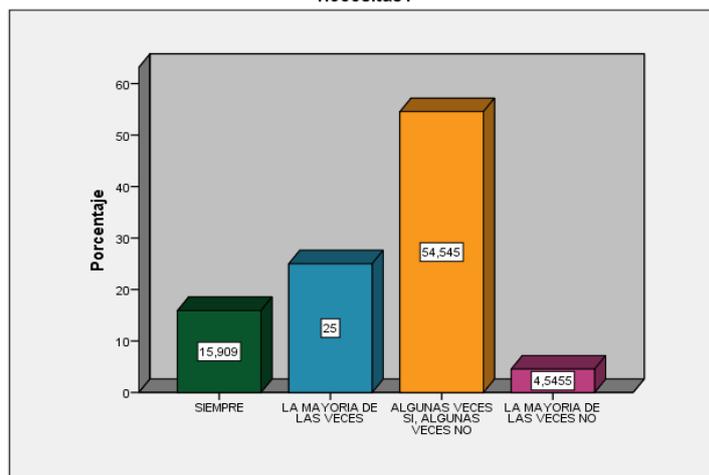


Ilustración 20. Calificación de la Cantidad de stock (Elaboración propia)

El 54,5% de los encuestados respondieron que algunas veces sí y algunas veces no encuentran la cantidad de productos que necesitan en la empresa WANDER SAC, el 25% la mayoría de las veces, el 15,9% siempre y el 4,5% la mayoría de las veces no. En conclusión, la mayoría de los clientes no encuentra la cantidad de productos que necesita en el establecimiento salvo que el mismo producto se tenga en las otras sucursales.

Tabla 24. Calificación de los productos que solicita

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	21	15,9	15,9	15,9
	LA MAYORIA DE LAS VECES	33	25,0	25,0	40,9
	ALGUNAS VECES SI, ALGUNAS VECES NO	56	42,4	42,4	83,3
	LA MAYORIA DE LAS VECES NO	22	16,7	16,7	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Elaboración propia

¿Los trabajadores de la empresa WANDER SAC les explican sobre los productos que usted solicita?

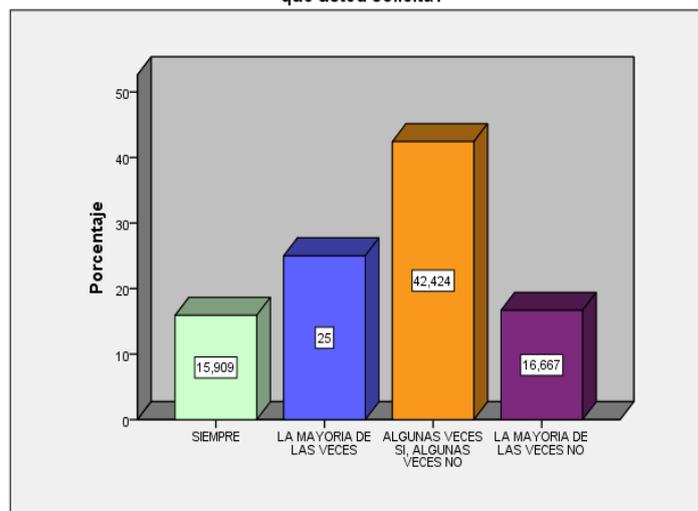


Ilustración 21. Calificación de los productos que solicita (Elaboración propia)

El 42,4% de los encuestados respondieron que algunas veces sí y algunas veces no los trabajadores de la empresa WANDER SAC les explican sobre los productos que solicita, el 25% dicen que la mayoría de las veces sí, el 16,7% la mayoría de las veces no y el 15,9% siempre. En conclusión, en su mayoría de veces los trabajadores no explican sobre los productos que se vende ni recomienda llevar otro y mucho menos ayuda a sacar la cantidad necesaria que necesita el cliente; esto debido a que casi todos los trabajadores desconocen sus características de los productos y nunca tuvieron capacitaciones ni orientaciones por parte del dueño ni del administrador.

PLANTEAMIENTO DE LA MEJORA CONTINUA EN LA EMPRESA WANDER SAC

Al analizar las variables y conocer las múltiples causas y deficiencias que existe en la empresa, se va proponer las mejoras como: PHVA (planificar, hacer, verificar y actuar).

Diseñar los procesos de atención al cliente, mejorando los tiempos de atención, capacidad de respuesta en la gestión de almacén, control adecuado de los productos en general a través de kardex o del sistema, de las señalizaciones de todo el ambiente de la empresa, identificación de productos en mayor rotación o menor rotación, reducción de tiempos de espera de los clientes, elaboración de un Manual de Organización y Funciones para que cada trabajador conozca sus deberes y funciones que debe realizar en la empresa, uso obligatorio y adecuado de sus equipos de seguridad.

MODELO DE POSIBLES SOLUCIONES

Tabla 25. Modelo de posibles soluciones

OPERARIO	QUIEN	QUE	DONDE	CUANDO	COMO
Identifico los productos por su espesor, coloco por su tamaño.	Operario	Poca identificación de producto	Almacén	En el momento de entregar.	Capacitar sobre el manejo, entrega de productos.
Algunas veces verifico con los comprobantes de pago el ingreso de los productos al almacén.	Operario	Identificación de ingreso de los productos.	Almacén	Al momento de la llegada de los productos.	Delegar un jefe de almacén para realizar esa función.
Pocas veces se registra los productos que están en almacén.	Operario	Registro del producto.	Almacén	En el inventario.	Técnica del ABC.
Los productos se colocan rutinariamente, sino existe espacio se busca un casillero vacío.	Operario	Colocar los productos.	En el almacén	Llegada del producto.	Organización de almacén. Principio de localización.
Los extravíos de los productos es por no conocer y el tener los letreros mal colocados.	Operario	Poca información, poca señalización.	Almacén	Al momento de entregar los productos.	Capacitación de los productos que se tienen y señalización adecuada.
Muy pocas veces conozco la cantidad de productos, solo entrego.	Operario	Conocer la cantidad de stock disponible.	Almacén	Cuando se entrega los productos a los clientes.	Manejo de kardex y de productos categoría ABC.
Realización del inventario se hace una vez al mes.	Operario	Conocer sobre los productos.	Almacén	Para el cierre del ejercicio de ventas.	Técnica ABC.
Los productos lo fui conociendo con la práctica, al tacto, también aprendí con la práctica el doblado de las planchas.	Operario	Despacho correcto del producto según el espesor y la cantidad que piden.	Almacén	Cuando se entrega el producto al cliente.	Verificación correspondiente de cada pedido.
La verificación lo hago cuando hay tiempo, en otros casos no la realizo.	Operario	Verificación del producto.	Almacén	Cuando se terminan de entregar los productos.	Llevando en registro de salida, conociendo el producto que se tiene.

Elaboración propia

IV.2.2. Después de la Mejora Continua.

IV.2.2.1. La Gestión de Almacén en la empresa WANDER S.A.C – Huancayo después de la implementación de la Mejora Continua.

El almacén que existe en la empresa WANDER SAC después de haber implantado algunas mejoras en todas las actividades o procesos que se llevan a cabo, se observó un cambio muy radical, ya que se encuentra más organizado, ordenado y etiquetado cada producto que se encuentra en el almacén, además hay un mejor manejo, conteo y control de todos los productos existentes. La empresa puso énfasis en las capacitaciones que se debe tener, para que así el trabajador desarrolle mejor sus actividades y potencie su conocimiento de cada producto e incluso de la forma de atender a un cliente. A continuación, se presenta los datos obtenidos después de haber implantado la mejora.

Tabla 26. Identificación de productos que ingresan a almacén

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Por el Código	1	20,0	20,0	20,0
	Por el espesor Total	4	80,0	80,0	100,0
		5	100,0	100,0	

Elaboración propia

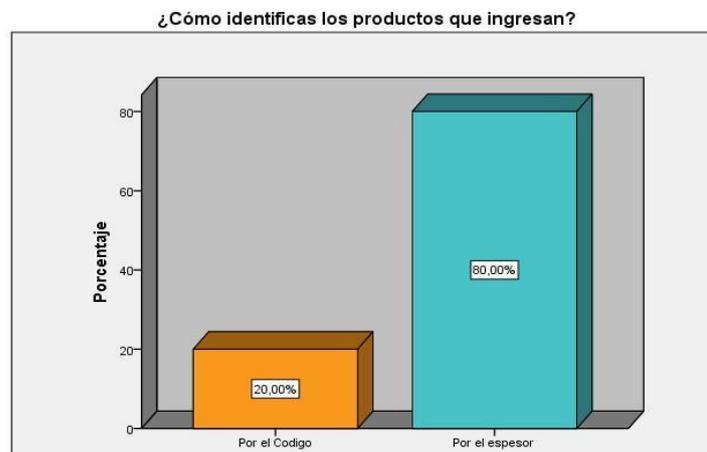


Ilustración 22. Identificación de productos que ingresan a almacén (Fuente Elaboración propia)

El 80% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC identifican los productos que ingresan al almacén por el espesor y el 20% por el código. En conclusión, la mayoría de trabajadores identifican los productos que ingresan por el espesor y así ellos mismos de verificar el espesor y la medida y ubicarlos de acuerdo a cada letrero y según al tipo de salida de rotación de ventas, no habría problemas al momento de su venta también que en cada producto contiene un sello de seguridad de las empresas proveedoras.

Tabla 27. Verificación del ingreso correcto de los productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No llevo el control de producto	4	80,0	80,0	80,0
	Verificando los comprobantes	1	20,0	20,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia

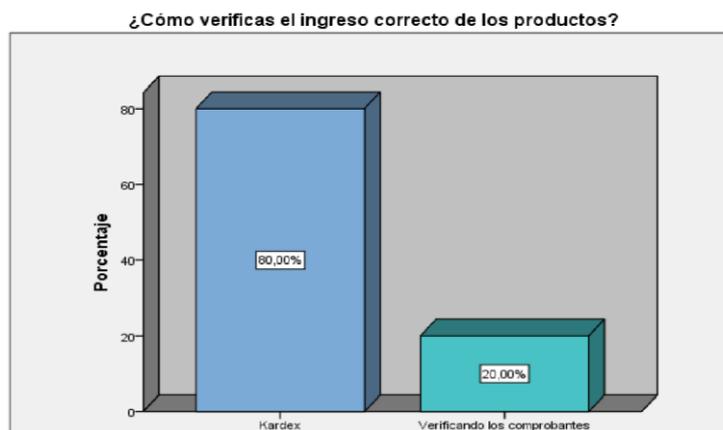


Ilustración 23. Verificación del ingreso correcto de los productos (Fuente Elaboración propia)

El 80% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC verifican el ingreso correcto de los productos a través del uso del Kardex y el 20% verificando los comprobantes. Esto quiere decir que al usar el Kardex, los trabajadores no tendrán problemas respecto a su conteo general ya que sabrán cuántos productos hubo en almacén antes de su descarga y colocación en el casillero correspondiente, el uso de la tecnología en la empresa hacen facilitar los trabajos de conteos.

Tabla 28. Registro de los productos en el almacén

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Una vez al mes	3	60,0	60,0	60,0
	Una vez por trimestre	2	40,0	40,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia

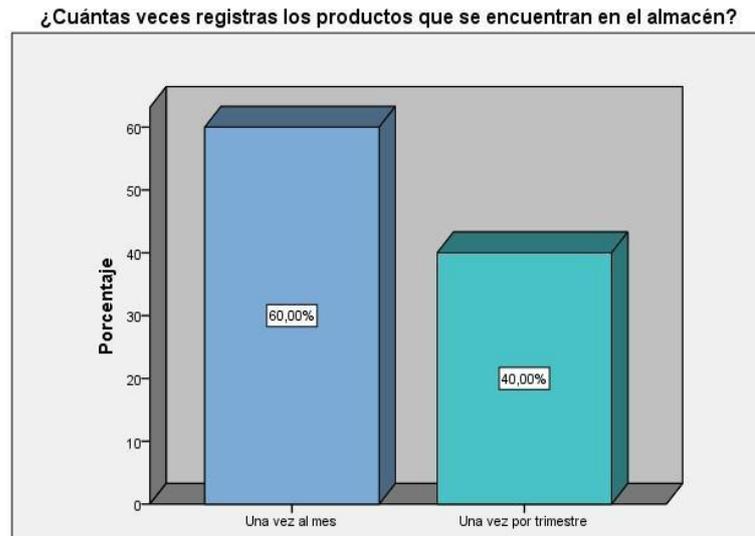


Ilustración 24. Registro de los productos en el almacén (Fuente Elaboración propia)

El 60% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC registran los productos que se encuentran en el almacén una vez al mes y el 40% una vez por trimestre. La empresa tiene conocimiento que el conteo es muy necesario para evitar algunas pérdidas, por ello es necesario el conteo frecuente de los productos que tienen mayor rotación de ventas y de los otros productos para hacer un conteo no muy seguido pero sí necesario, también por la técnica de ABC o Ley de Pareto.

Tabla 29. Cantidad de producto disponible

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Observo en el sistema	3	60,0	60,0	60,0
	Observo en los casilleros	2	40,0	40,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia

¿Cómo sabes cuál es la cantidad de productos que están disponibles para su venta?

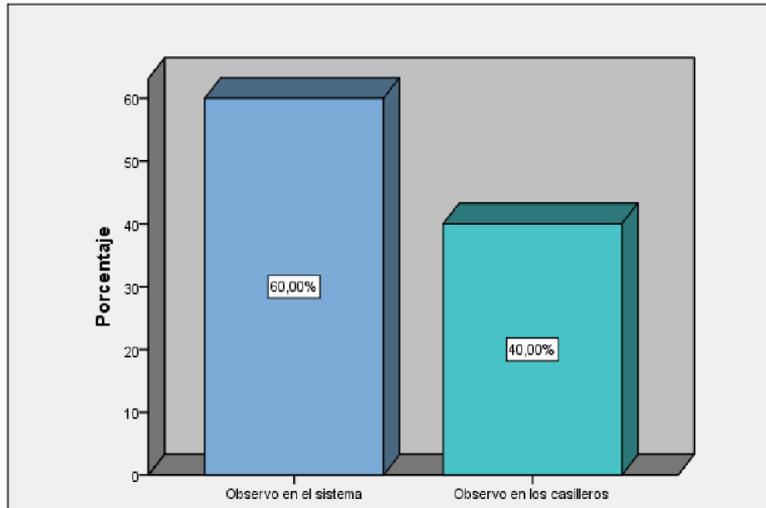


Ilustración 25. Cantidad de producto disponible (Fuente Elaboración propia)

El 60% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC observan en el sistema y el 40% solo observa si hay productos en los casilleros. En conclusión, la mayoría de los trabajadores de la empresa WANDER SAC se fijan en el sistema ya que lo tienen a la mano pero en caso de los trabajadores de almacén mismo, se fijan en el Kardex que ellos manejan y que consideran muy importante ya que saben la cantidad y sin la necesidad de visualizar el producto.

Tabla 30. Ubicación correspondiente de cada producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Por los casilleros	5	100,0	100,0	100,0

Elaboración propia

¿Cómo ubicas el lugar correspondiente de cada producto?

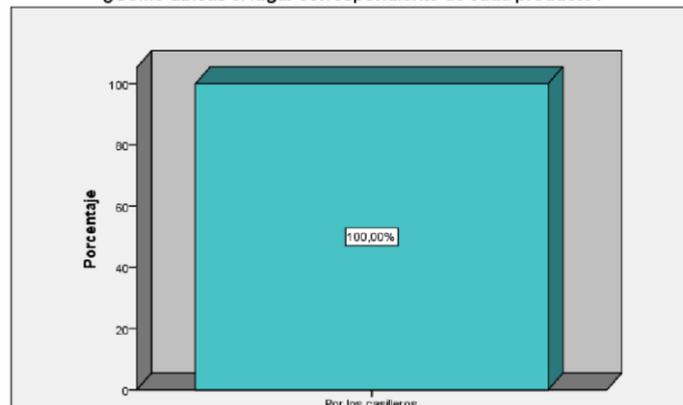


Ilustración 26. Ubicación correspondiente de cada producto (Fuente Elaboración propia)

El 100% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC ubica el lugar correspondiente de cada producto por los casilleros. En conclusión, los trabajadores colocan esos productos en su lugar porque al estar con etiqueta del nivel de rotación de ventas además en cada casillero se evitará las equivocaciones por los parecidos que tienen los productos.

Tabla 31. Calificación de las órdenes de pedido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excelente	2	40,0	40,0	40,0
	Bueno	3	60,0	60,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia

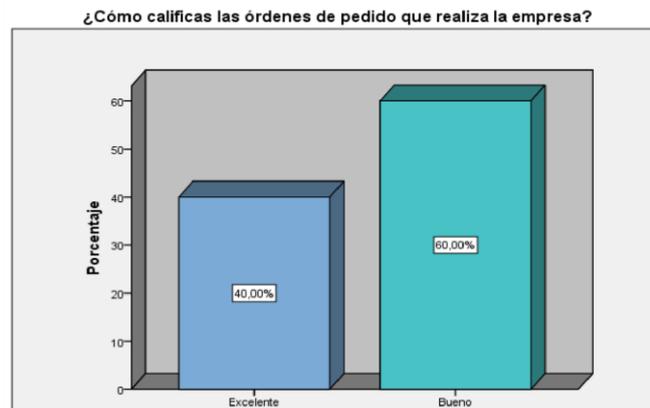


Ilustración 27. Calificación de las órdenes de pedido (Fuente Elaboración propia)

El 60% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC califican como bueno a las órdenes de pedido que se realiza y el 40% como excelente. Puesto se toman el tiempo adecuado para revisar los productos que ellos entregan a los clientes, además observan los códigos de cada producto y los letreros de cada casillero, también en la mantención del área de trabajo limpio y ordenado.

Tabla 32. Recojo de pedidos según llegada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	4	80,0	80,0	80,0
	La mayoría de veces	1	20,0	20,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia

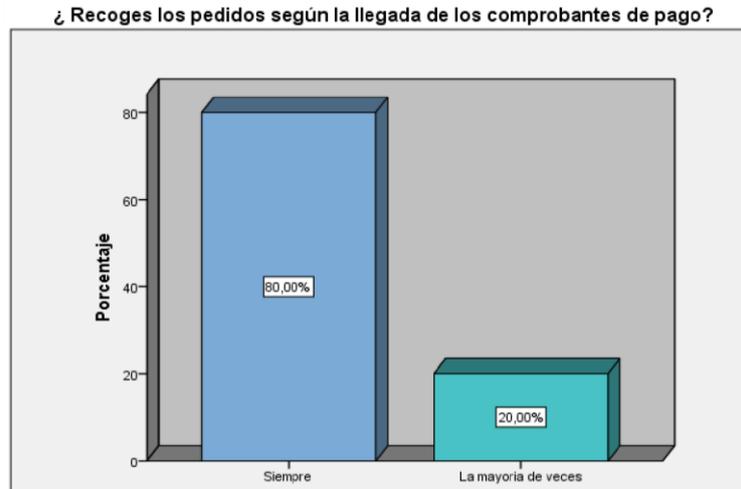


Ilustración 28. Recojo de pedidos según llegada (Fuente Elaboración propia)

El 80% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC siempre recoge los pedidos según la llegada de los comprobantes de pago y el 20% la mayoría de las veces sí. Es decir, los trabajadores entendieron que es necesario atender según llegada, caso contrario el cliente se incomodará por las preferencias o simplemente porque el otro cliente tiene pocos pedidos. Ellos entendieron que el orden, el respeto y la amabilidad es muy importante para poder atender aun en el último ciclo de la venta.

Tabla 33. Requiere ayuda para la verificación de cada pedido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	La mayoría de veces no	5	100,0	100,0	100,0

Elaboración propia



Ilustración 29. Requiere ayuda para la verificación de cada pedido (Fuente Elaboración propia)

El 100% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC mencionan que la mayoría de las veces no necesitan ayuda para verificar cada pedido. En conclusión, los trabajadores solo requerirán de ayuda cuando el pedido que atiendan sea muy numeroso. Además entendieron que es parte de su función y su labor como almaceneros en la Empresa WANDER SAC.

Tabla 34. Calificación de entrega de pedidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excelente	2	40,0	40,0	40,0
	Bueno	3	60,0	60,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia

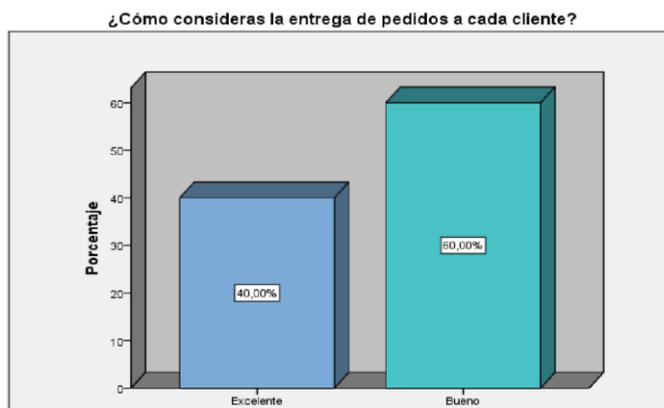


Ilustración 30. Calificación de entrega de pedidos (Fuente Elaboración propia)

El 60% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC considera bueno la entrega de pedidos a cada cliente y el 40% considera como excelente la entrega. Es decir, los trabajadores al darse un poco más de su tiempo, atienden bien y al tener cada casillero su respectivo letrero evita confundirse en su entrega.

Tabla 35. Atención adecuada de cada pedido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	3	60,0	60,0	60,0
	La mayoría de las veces	2	40,0	40,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia

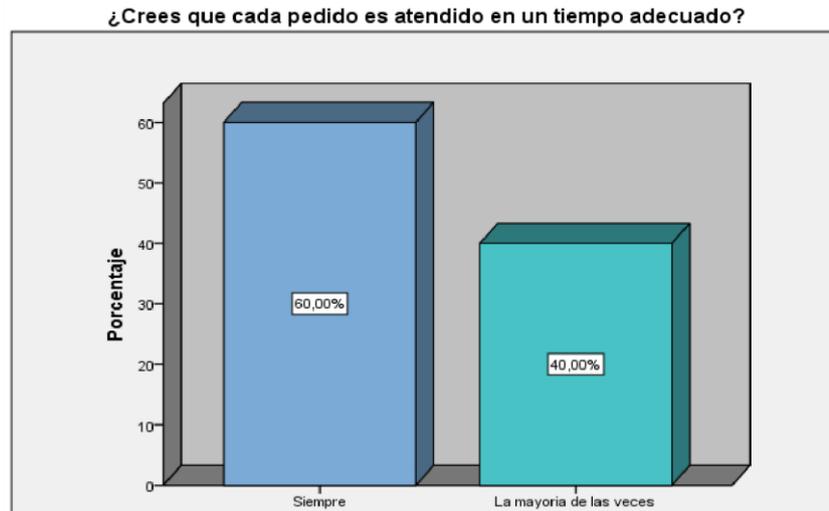


Ilustración 31. Atención adecuada de cada pedido (Fuente Elaboración propia)

El 60% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC indican que siempre cada pedido es atendido en el tiempo adecuado y el 40% la mayoría de las veces sí. En conclusión, la mayoría de los trabajadores consideran adecuado el tiempo de atención a cada pedido. Aun con la revisión que se dan para los productos que están siendo trasladados a los clientes.

Tabla 36. Demora en la atención de pedidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Porque su pedido es numeroso	5	100,0	100,0	100,0

Elaboración propia

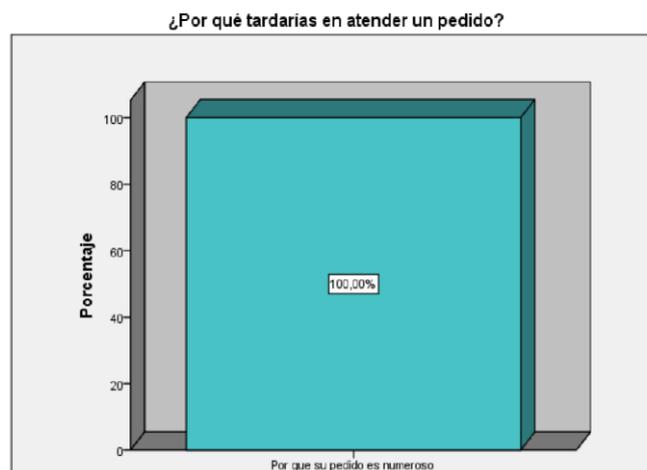


Ilustración 32. Demora en la atención de pedidos (Fuente Elaboración propia)

El 100% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC mencionan que el motivo de su tardanza en atender un pedido es porque el pedido es muy numeroso. Los trabajadores de la empresa WANDER consideran que cuando es de 3 hojas de pedidos es necesariamente necesita de apoyo para que uno descargue y el otro le dicte los productos a descargar, pero teniendo cuidado de la cantidad de productos a despachar.

Tabla 37. Tiempo de llegada al almacén del área de ventas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20 segundos	1	20,0	20,0	20,0
	30 segundos	4	80,0	80,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia

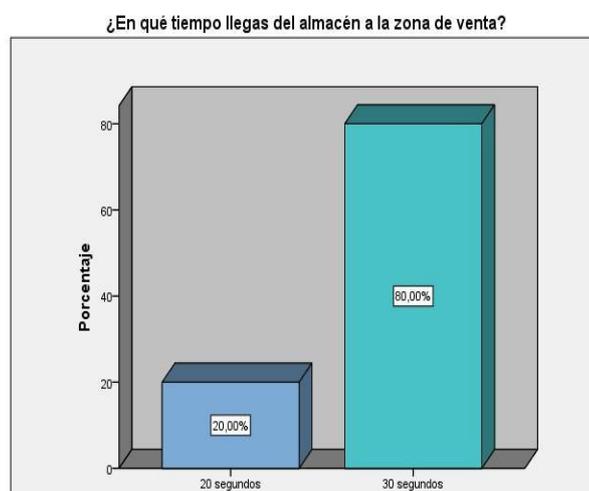


Ilustración 33. Tiempo de llegada al almacén del área de ventas (Fuente Elaboración propia)

Cada trabajador de la empresa WANDER SAC tiene diversos tiempos de llegada del almacén a la zona venta, porque varía del lugar del almacén en que se encuentre, sea éste cerca de la zona de venta o al fondo del almacén, por lo que en su mayoría va variar en los tiempos. Pero entendieron que la entrega de productos para los clientes es vital y que no debe demorarse o hacer esperar a los clientes, entregando excelente los productos.

Tabla 38. Número de veces que se verifica cada pedido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2 veces	4	80,0	80,0	80,0
	3 veces	1	20,0	20,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Elaboración propia

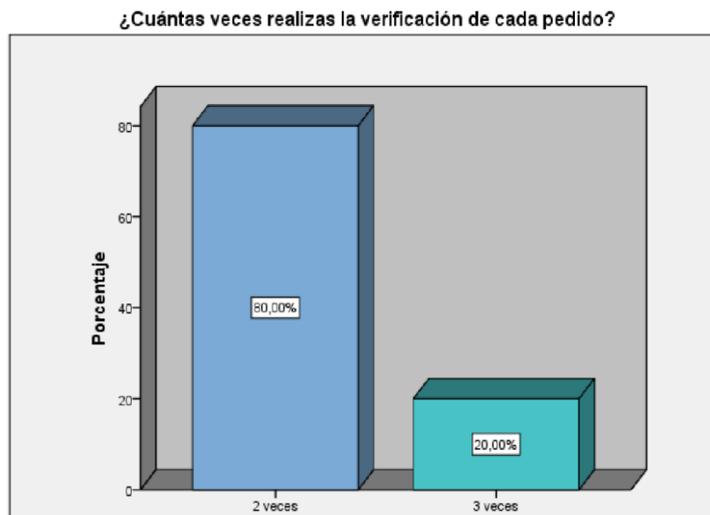


Ilustración 34. Número de veces que se verifica cada pedido (Fuente Elaboración propia)

El 80% de los trabajadores de la empresa WANDER SAC realiza 2 veces la verificación de cada pedido y el 20% hasta 3 veces hace su verificación. Los trabajadores de la empresa WANDER manifiestan que dependerá de la cantidad de productos que solicitan.

IV.2.2.2. Satisfacción del cliente en la empresa WANDER SAC- Huancayo después de la Mejora Continua.

La satisfacción de los clientes respecto a muchos factores que la empresa WANDER SAC tuvo que aplicar se considera en su mayoría como bueno y excelente, porque gracias al orden, a la variedad de productos, al trato, a la amabilidad, entre otros aspectos el cliente tiene mayor consideración a la empresa.

A continuación, se muestra los resultados obtenidos de la satisfacción del cliente después de haber implantado algunas mejoras.

Tabla 39. Calificación del trato que brindan los Trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EXCELENTE	31	23,5	23,5	23,5
	BUENO	79	59,8	59,8	83,3
	REGULAR	22	16,7	16,7	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Elaboración propia

¿Cómo calificas el trato que brindan los trabajadores de la empresa WANDER SAC?

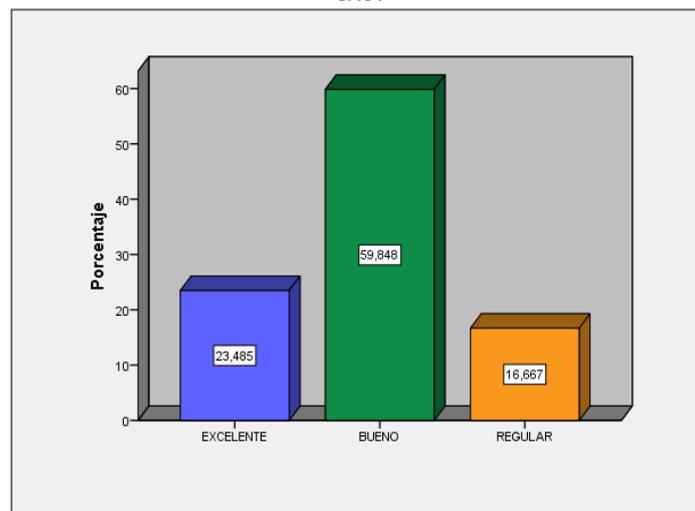


Ilustración 35. Clasificación del trato que brindan los Trabajadores (Fuente Elaboración propia)

El 59,8% de los encuestados califican como bueno el trato que brindan los trabajadores de la empresa WANDER SAC, el 23,5% califican como excelente y el 16,7% califican como regular el trato que reciben de los mismos; esto significa que la mayoría de los clientes están contentos y satisfechos con el trato que reciben de los trabajadores de la empresa, esto debido a que se realizó charlas sobre satisfacción del cliente y se trató temas relacionados al trato que deben brindar.

Tabla 40. Calificación de la variedad de productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	72	54,5	54,5	54,5
	LA MAYORIA DE LAS VECES	46	34,8	34,8	89,4
	ALGUNAS VECES SI, ALGUNAS VECES NO	14	10,6	10,6	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Elaboración propia

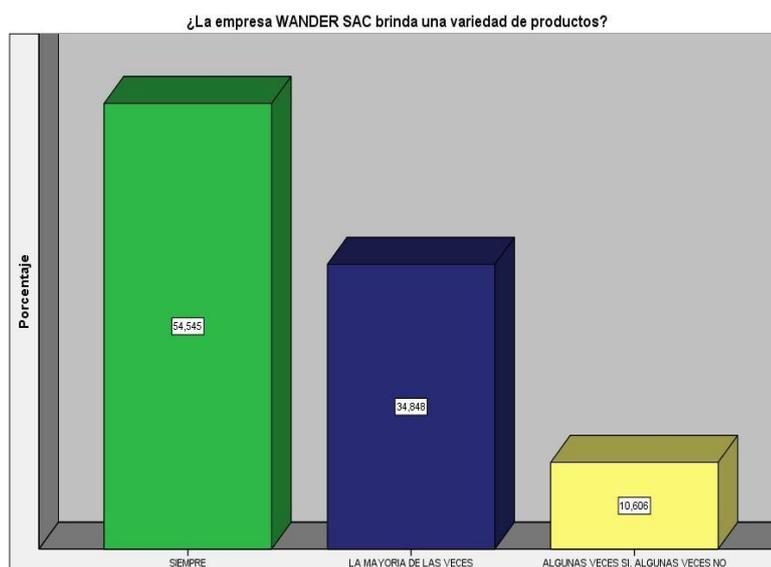


Ilustración 36. Calificación de la variedad de productos (Fuente Elaboración propia)

El 54.5% de los encuestados respondieron que en la empresa WANDER SAC existe una variedad de productos, el 34,8% respondieron que en la mayoría de veces si encuentran los productos que necesitan y solo el 10,6% dijeron que algunas veces sí y algunas veces no. En conclusión, la empresa WANDER SAC ofrece a sus clientes una gran variedad de productos y además tienen productos de difícil acceso y no muy comerciales.

Tabla 41. Calificación de la Cantidad de stock.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	75	56,8	56,8	56,8
	LA MAYORIA DE LAS VECES	43	32,6	32,6	89,4
	ALGUNAS VECES SI, ALGUNAS VECES NO	14	10,6	10,6	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Elaboración propia

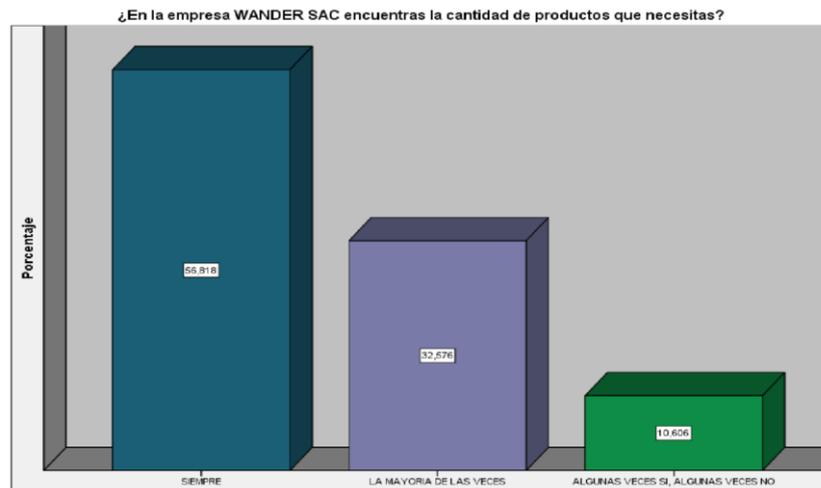


Ilustración 37. Calificación de la Cantidad de stock (Fuente Elaboración propia)

El 56,8% de los clientes de la empresa WANDER SAC mencionan que siempre encuentran la cantidad de productos que ellos requieren, el 32,6% mencionan que la mayoría de las veces si encuentran la cantidad de productos que requieren y solo el 10,6% algunas veces sí y algunas veces no. En conclusión, el cliente se siente satisfecho con la cantidad de stock necesario que solicita, ya que mismo WANDER dio facultades a la persona encargada de cada sucursal a realizar sus pedidos de acuerdo a sus necesidades y en casos extremos si a WANDER le falta productos, acude a las otras sucursales hasta juntar el pedido requerido.

Tabla 42. Calificación de los productos que solicita

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	33	25,0	25,0	25,0
	LA MAYORIA DE LAS VECES	71	53,8	53,8	78,8
	ALGUNAS VECES SI, ALGUNAS VECES NO	28	21,2	21,2	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Elaboración propia

¿Los trabajadores de la empresa WANDER SAC les explican sobre los productos que usted solicita?

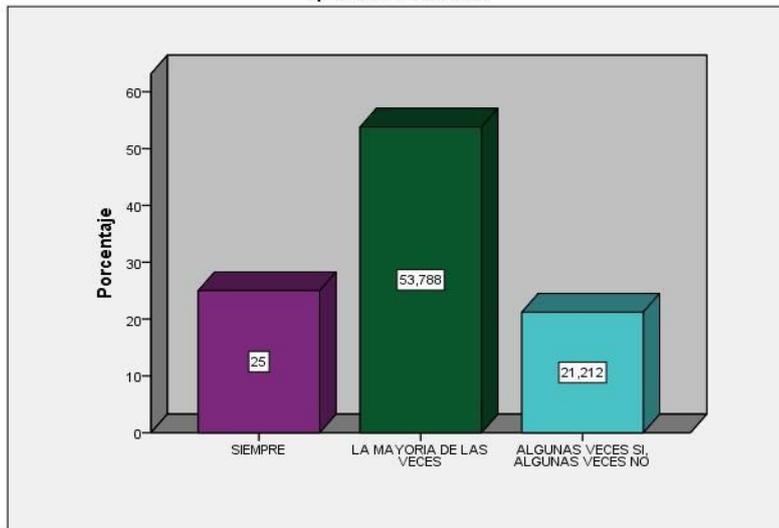


Ilustración 38. Calificación de los productos que solicita (Fuente Elaboración propia)

El 53,8% de los encuestados respondieron que la mayoría de las veces sí los trabajadores de la empresa WANDER SAC les explican sobre los productos que solicita, el 25% dicen que siempre y el 21,2% algunas veces sí y algunas veces no. En conclusión, en su mayoría de veces los trabajadores explican sobre los productos que se vende o recomienda llevar otro; esto debido a que los trabajadores de la empresa están siendo capacitados por la misma empresa WANDER o están asistiendo a capacitaciones que los proveedores realizan, esto además permite al cliente tener más opciones de compra.

IV.3. Prueba de hipótesis

Tabla 43. Antes de la mejora

ANTES DE LA MEJORA						
Prueba de muestra única						
	Valor de prueba = 0					
	t	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
¿Cómo calificas el trato que brindan los trabajadores de la empresa WANDER SAC?	39.092	1 31	.0 00	2.4 17	2. 29	2. 54
¿Los trabajadores de la empresa WANDER SAC te atienden con rapidez?	32.633	1 31	.0 00	1.9 85	1. 86	2. 11
TOTAL	71.726					
¿En qué tiempos consideras que debes ser atendido en la empresa WANDER SAC?	35.989	1 31	.0 00	1.5 61	1. 47	1. 65
¿Los trabajadores de la empresa WANDER SAC realizan con responsabilidad sus labores?	36.883	1 31	.0 00	2.2 20	2. 10	2. 34
¿Los trabajadores de la empresa WANDER SAC les explican sobre los productos que usted solicita?	31.493	1 31	.0 00	2.5 98	2. 44	2. 76
¿La empresa WANDER SAC brinda una variedad de productos?	31.524	1 31	.0 00	2.3 48	2. 20	2. 50
¿En la empresa WANDER SAC encuentras la cantidad de productos que necesitas?	34.939	1 31	.0 00	2.4 77	2. 34	2. 62
¿Cómo calificas el precio de los productos de la empresa WANDER SAC en relacion a la competencia?	63.840	1 31	.0 00	3.5 30	3. 42	3. 64
¿La empresa WANDER SAC tiene el espesor del	33.525	1 31	.0 00	2.3 79	2. 24	2. 52

producto que solicitas?						
TOTAL :	300.48 1					
¿Cómo calificas la imagen que tiene la empresa?	28.206	1 31	.0 00	1.8 41	1. 71	1. 97
¿Con qué frecuencia observas la higiene en las instalaciones de la empresa WANDER SAC?	38.102	1 31	.0 00	2.3 64	2. 24	2. 49
¿Identificas correctamente las áreas de trabajo de la empresa WANDER SAC?	39.387	1 31	.0 00	3.7 50	3. 56	3. 94
¿Existe orden de los productos en la empresa WANDER SAC?	41.786	1 31	.0 00	1.6 89	1. 61	1. 77
¿Crees que la empresa WANDER SAC tiene todas las condiciones técnicas según ley para estar en actividad?	36.758	1 31	.0 00	1.1 52	1. 09	1. 21
¿Cuándo ingresas a la empresa WANDER SAC te sientes cómodo?	28.746	1 31	.0 00	1.8 33	1. 71	1. 96
TOTAL :	273.9 54					

Elaboración propia

Tabla 44. Después de la mejora

Prueba de muestra única

	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
¿Cómo calificas el trato que brindan los trabajadores de la empresa WANDER SAC?	35.098	31	000	1.93 2	1.82	2.04
¿Los trabajadores de la empresa WANDER SAC te atienden con rapidez?	36.251	31	000	1.78 8	1.69	1.89
TOTAL	71.349					
¿En qué tiempos consideras que debes ser atendido en la empresa WANDER SAC?	32.983	31	000	1.42 4	1.34	1.51
¿Los trabajadores de la empresa WANDER SAC realizan con responsabilidad sus labores?	32.751	31	000	1.65 2	1.55	1.75
¿Los trabajadores de la empresa WANDER SAC les explican sobre los productos que usted solicita?	33.087	31	000	1.96 2	1.84	2.08
¿La empresa WANDER SAC brinda una variedad de productos?	26.381	31	000	1.56 1	1.44	1.68
¿En la empresa WANDER SAC encuentras la cantidad de productos que necesitas?	25.933	31	000	1.53 8	1.42	1.66
¿Cómo calificas el precio de los productos de la empresa WANDER SAC en relación a la competencia?	79.500	31	000	3.39 4	3.31	3.48

¿La empresa WANDER SAC tiene el espesor del producto que solicitas?	24.941	31	000	1.621	1.49	1.75
¿La empresa WANDER SAC vende productos de calidad?	30.509	31	000	1.364	1.28	1.45
TOTAL:	286.085					
¿Usted alguna vez tuvo algún inconveniente en la entrega de los productos que solicito en su compra?	64.338	31	000	3.917	3.80	4.04
¿Cómo calificas la imagen que tiene la empresa?	30.095	31	000	1.409	1.32	1.50
¿Por qué usted viene a comprar en la empresa WANDER SAC?	38.517	31	000	2.318	2.20	2.44
¿Con que frecuencia observas la higiene en las instalaciones de la empresa WANDER SAC?	31.712	31	000	1.682	1.58	1.79
¿Identificas correctamente las áreas de trabajo de la empresa WANDER SAC?	68.792	31	000	1.030	1.00	1.06
¿Existe orden de los productos en la empresa WANDER SAC?	33.717	31	000	1.220	1.15	1.29
¿Crees que la empresa WANDER SAC tiene todas las condiciones técnicas según ley para estar en actividad?	78.544	31	000	1.023	1.00	1.05
¿Cuándo ingresas a la empresa WANDER SAC te sientes cómodo?	32.532	31	000	1.379	1.29	1.46
TOTAL:	378.247					

Elaboración propia

Tabla 45. Gestión de Almacén Antes De La Mejora Continua

GESTIÓN DE ALMACÉN ANTES DE LA MEJORA CONTINUA					
VARIABLE		DIMENSIONES DE SATISFACCION DEL CLIENTE			TOTAL
GESTION DE ALMACEN	D1:	Trabajadores			71.726
	D2:	Producto			300.48
	D3:	Empresa			372.21
TOTAL:	163.808				

Elaboración propia

Tabla 46. Gestión De Almacén Después De La Mejora Continua

GESTION DE ALMACEN DESPUES DE LA MEJORA CONTINUA					
VARIABLE		DIMENSIONES DE SATISFACCION DEL CLIENTE			TOTAL
GESTION DE ALMACEN	D1:	Trabajadores			71.349
	D2:	Producto			286.085
	D3:	Empresa			357.435
TOTAL:	143.438				

Elaboración propia

Tabla 47. Diferencia de antes y después de la correlación causal

VARIABLE	DIMENSIONES DE SATISFACCION DEL CLIENTE		ANTES	DESPUÉS	TOTALES	DIFERENCIA
			TOTAL	TOTAL		
GESTION DE ALMACEN	D1	Trabajadores	71.0	71.0	0.0	0.0
	D2	Producto	300.48 1	286.09	-14.395	5.0 %
	D3	Empresa	372.20 7	357.43	-14.772	4.0 %
TOTAL:	143.43 8					

Elaboración propia

Interpretación:

En el análisis de la correlación causal acerca de las variables Gestión de almacén en la influencia de la Satisfacción del cliente en la empresa “WANDER” S.A.C. - Huancayo, 2017; se aprecia que; el producto ha disminuido en 14.395 puntos; respecto al año de gestión (enero 2017 y enero 2018). Similar situación se observa en el posicionamiento, con 14.772 puntos. En otras palabras, el producto disminuyó en 5.0%, mientras que el posicionamiento tuvo un impacto desfavorable de 4.0%.

HIPÓTESIS GENERAL

La Mejora Continua en la Gestión de Almacén influye moderadamente en la Satisfacción del Cliente de la empresa WANDER S.A.C. – Huancayo, 2017

Hipótesis alterna:

H_1 = La Mejora Continua en la Gestión de Almacén influye moderadamente en la Satisfacción del Cliente de la empresa WANDER S.A.C. – Huancayo, 2017.

Hipótesis nula:

H_0 = La no Mejora Continua en la Gestión de Almacén influye moderadamente en la Satisfacción del Cliente de la empresa WANDER S.A.C. – Huancayo, 2017.

Resultado:

- Nivel de confianza de 95%, nivel de significancia del 5% ($\alpha=0,05$).
- Estadístico: Prueba de t de Student señala que la variable independiente GESTIÓN DE ALMACÉN y la variable dependiente SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, ha obtenido 25.36 en el análisis estadístico y el nivel de significancia es 0.000 menor que 0.05 por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. es decir La Mejora Continua en la Gestión de Almacén influye moderadamente en la Satisfacción del Cliente de la empresa WANDER S.A.C. – Huancayo, 2017.

Tabla 48. Coeficiente de t de Student en muestras relacionadas pre y post en satisfacción al cliente

Estadísticas de muestras emparejadas					
		Media	N	Desviación estándar	Media de error estándar
Par 1	pre	35,8030	132	10,29744	,89628
	post	25,9773	132	7,31251	,63647

Elaboración propia

Tabla 49. Relación Causal Entre Gestión De Almacén En Satisfacción Del Cliente

		GESTION DE ALMACEN	SATISFACCION AL CLIENTE
GESTION DE ALMACEN	Correlación de t de Student	1	25.36
	Sig. (bilateral)	.	
	N	132	132
SATISFACCION AL CLIENTE	Correlación de t de Student	25.36	1
	Sig. (bilateral)	0.00	
	N	132	132

Elaboración propia

Interpretación:

Como el nivel de significancia es (0,000) es menor al P valor (0,05) se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se concluye que Gestión de Almacén, influye en Satisfacción del Cliente de manera moderada, aseveración que se hace para un 95% de nivel de confianza.

- T de Student: $t = \frac{r \cdot \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} = 25.36$

Donde:

r distribución de la media y la varianza

n es tamaño de la muestra (132)

gl es grados de libertad (131)

α es 0.05

Conclusión estadística:

Puesto que la t calculada es mayor que la t teórica (0,0000). Se concluye que si existe influencia moderada de gestión del almacén en satisfacción del cliente en la empresa.

IV.4. Discusión de resultados

Los resultados hallados en el proceso de investigación respecto a la gestión de almacén encontramos que conocer las características de los productos que vendemos nos hace conocedores de nuestras debilidades y fortalezas, el orden, la limpieza, el conteo establecido para conocer la cantidad exacta de productos que tenemos en stock hace que los clientes estén satisfechos con la cantidad que ellos piden en sus compras, para conocer el stock completo como se realizó en el catalogar y caracterizar a los productos de más alta rotación de ventas (Técnica ABC), identificación de la existencia de mermas, identificación de productos que no son altamente rotativos gracias a un modelo de técnica de ABC; además una entrega correcta y muy bien verificada para eliminar y evitar tiempos muertos, realza a la organización haciéndose ver que está organizada y muy bien estructurada, concluyendo que una buena gestión de almacén hace que tengamos una buena imagen respecto a nuestros compradores y por ser la última fase de ciclo de ventas no debemos descuidarlo en igual situación se encuentra Francisco, (2014), en su trabajo de investigación titulada “*Análisis y Propuestas de Mejora de Sistema de Gestión de Almacenes de un Operador Logístico*”, en la Pontificia Universidad Católica del Perú. La investigación llegó a las siguientes conclusiones: Para lograr un uso eficiente de los espacios es necesario reducir la cantidad de productos almacenados, además, contar con una catalogación de los productos ayudará con la rápida identificación y por ende, se reducirán los tiempos de operación en la gestión interna del Operador Logístico.

Asimismo, Parraga, (2012), en su trabajo de investigación titulada “*Factores determinantes en la Gestión del Almacén de Productos, Caso: Trapiche Buena Ventura 2012*”, en la Universidad Nacional del Centro del Perú. La investigación llegó a la siguiente conclusión: Los factores cualitativos, técnicos y operacionales influyen directamente en la Gestión del Almacén de Buena Ventura. El primero hace referencia a las habilidades y

conocimientos del personal del almacén para ofrecer una mejor calidad de atención, optimizar tiempos de entrega. El segundo son la localización estratégica del almacén, la distribución adecuada de los espacios del almacén y el sistema de codificación de los productos del almacén. Y el tercero se refiere al control de inventarios, distribución y resguardo de materiales y la organización.

Los resultados hallados en el proceso de investigación demuestran que el servicio de atención al cliente como; la amabilidad, rapidez, entregas correctas, respeto, cordialidad, en el momento de entrega de productos en el almacén en la empresa WANDER SAC influyó positivamente mejorando la imagen que tenían sobre WANDER SAC, aún los aspectos de manejo y entrega de productos de forma correcta hace que tengamos un cliente satisfecho, un cliente fidelizado y un cliente que haga publicidad boca a boca; estos resultados se obtuvieron mediante capacitaciones a nuestro cliente interno para que ellos puedan servir a los clientes externos. Como situación similar encontramos a Alvarez, (2012), en su trabajo de investigación titulada “*Satisfacción de los Clientes y Usuarios con el servicio ofrecido en redes de Supermercados Gubernamentales*”, en la Universidad Católica Andrés Bello. Como resultado de la investigación se llegó a la siguiente conclusión: Que las dimensiones como la evidencia física, la fiabilidad (respecto a la visualización de los precios claros de todos los productos, anunciando las promociones y ofertas existentes sin engaños), las transacciones de venta (el tiempo que se requiere para asistir al pago de las compras en las cajas de salida), la interacción personal (respecto al trato que brindan los trabajadores y a la seguridad que transmite) y las políticas (variedad de productos ofrecidos que se identifican por su marca reconocida y la calidad de los mismos) son muy importantes ya que lograremos tener clientes muy satisfechos con lo brindado, por otro lado Hernández & Rodríguez, (2010), en su trabajo de investigación titulada “*Proyecto de Mejora mediante las Herramientas de la Ingeniería Industrial, en el*

funcionamiento de un Almacén de Hilos”, en la Universidad Nacional Autónoma de México. Como resultado de esta investigación se llegó a la siguiente conclusión: Se disminuyó el tiempo de trabajo de proceso a proceso porque se había encontrado actividades no productivas dentro de todo el proceso. Con esto se mejoró el orden, la limpieza y al crearse el manual de procedimientos se logró la estandarización del trabajo, logrando así tener calidad en el servicio. Asimismo, se tuvo énfasis respecto a la logística y con ello se logró planear adecuadamente la entrega de pedidos, identificar el volumen de productos y el tiempo para sustituir, identificar su nivel de rotación y las condiciones de espacio ya que facilitó el conteo de productos; logrando con todo esto satisfacer al cliente.

Por otro lado Pintado (2014), en su trabajo de investigación titulada “**Propuesta de Mejora en el Servicio de Atención al Cliente en la Empresa de Servicios Chan Chan S.A. en la Ciudad de Trujillo**”, Universidad Privada Antenor Orrego, menciona que la determinación de los factores que influyen en el servicio de atención se pudieron identificar: falta de conocimiento de las buenas prácticas de la logística por parte de los colaboradores, diseños incorrecto de los procesos de atención al cliente, que aún se realiza facturación con máquinas de escribir, mala distribución del espacio de almacenaje y tránsito vehicular, deficiente atención con el cliente corporativo, mala atención telefónica y por ultimo desorden para atender los pedidos. Asi mismo Jiménez, (2012), en su trabajo de investigación titulada “*Mejoras en la Gestión de Almacén de una empresa del Ramo Ferretero*”, en la Universidad Simón Bolívar. La investigación llegó a las siguientes conclusiones plan estratégico de la empresa que comprenda el análisis, diagnóstico, formulación de objetivos generales y específicos que a corto plazo permita enrumbar las decisiones de la empresa para que las distintas áreas de la empresa se concentren en la consecución de un mismo objetivo. La integración del área de ventas, administración y almacén para el manejo e intercambio de información, que permita sumar esfuerzos para coordinar estrategias de ventas que permitan enfocar en los inventarios existentes, disminuyendo los grandes

volúmenes manejados. La implantación de la Metodología 5S, técnica de gestión japonesa basada en cinco principios simples (Clasificación y Descarte, Organización, Higiene y Visualización, Disciplina y Compromiso, Limpieza) que permita asegurar el éxito de las mejoras propuestas e impulsar los principios de mejora continua y calidad, creando lugares de trabajo mejor organizados, más ordenados y más limpios de forma permanente.

CONCLUSIONES

Después de desarrollar el presente trabajo de investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

1. Se determinó que la Mejora continua en la gestión de almacén influye moderadamente de acuerdo según la encuesta de influencia de satisfacción al cliente aplicado a 132 clientes tal como se muestra en los resultados con el nivel de significancia $p=0.000$ en la Satisfacción del cliente en la Empresa Wander SAC, ya que mediante el trabajo de encuesta y la propuesta de mejora continua se pudo corregir errores que se manifestaba en dicha empresa, lo cual incomodaba a los clientes, puesto se consideraba que el proceso de gestión de almacén era un lugar de depósito de productos y de entrega, en lo cual se tuvo que cambiar ya que es la última fase del ciclo de ventas y era esta fase la más descuidada por la empresa.
2. Se comprobó que la Mejor Continua en la Gestión de Almacén con 0% no influye en la Satisfacción con los trabajadores de la empresa WANDER S.A.C, puesto el activo interno presenta conflictos internos lo cual se requiere el compromiso de la gerencia.
3. Se comprobó que la Mejora Continua en la Gestión de Almacén influye moderadamente satisfacción de los clientes respecto al producto en un 0.5 % ya que antes tenían dificultades para verificar los productos que se entregaban a los respectivos clientes.
4. Se comprobó el grado de influencia de la Mejora Continua en la Gestión de almacén en la satisfacción respecto de la empresa WANDER S.A.C que es de 0.4%, con actividades de operaciones, recepción, apilamiento, preparación de pedidos y despacho de los productos.

RECOMENDACIONES

1. Al conocer la influencia que tiene una gestión de almacén respecto en el servicio de atención al cliente en la empresa WANDER S.A.C, se debe implementar la mejora continua en las diversas áreas que conforma esta prestigiosa empresa como el área de ventas, finanzas, almacén y administración mejorando su punto débil, buscar el posicionamiento en el mercado, y tener en mente que el cliente externo es fundamental para toda organización.
2. WANDER SAC debe contratar a un profesional con capacidades, habilidades y destreza en la gestión logística de calidad, que sea responsable de alinear a los trabajadores orientados a una misión, visión, y objetivos de la empresa; asimismo debe capacitar constantemente a sus trabajadores sobre temas de atención al cliente, ventas, satisfacción, entre otros temas que fomenten la mejor atención al cliente y por consiguiente su máxima satisfacción
3. WANDER S.A.C. deberá gestionar sus productos con sus códigos respectivos, fijar correctamente los códigos de los productos para una correcta administración de materiales y bienes del almacén. Evitando el quiebre de stock.
4. Recomendamos a la empresa WANDER S.A.C. mejorar sus servicios con nuevas maquinarias para perfeccionar el enrolado, el enmoldado de los fierros y planchas que solicita el cliente y herramientas de trabajo, también rediseñar la distribución con la salida del despacho con los pesos de los fierros industriales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarez, G. (2012). *Satisfacción de los Clientes y Usuarios con el servicio ofrecido en redes de Supermercados Gubernamentales*. Universidad Católica Andrés Bello. Chile.
- Ballou, R. (2004). *Logística. Administración de la cadena de suministro*. México.
- Blanco, J. (2009). *Medición de la Satisfacción del Cliente del Restaurante Museo Taurino, y formulación de estrategias de servicio para la creación de valor*. Pontificia Universidad Javeriana. Colombia.
- Carreño, A. (2016). *Logística de la A a la Z*. Lima: Fondo Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Correa, Gómez y Cano (2010, 11 de octubre). *Gestión de almacenes y tecnologías de la información y comunicación (TIC)*. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/329563227/Gestion-de-almacenes-pdf>
- De La Cruz y Lora, (2014). *Propuestas de Mejora en la Gestión de Almacenes e Inventarios en la Empresa Molinera Tropical*. Universidad del Pacífico. Perú.
- Ferrin, A. (2014). *Gestión de stocks en la logística de almacenes*. Bogotá. Editorial: Ediciones de la U.
- Francisco, (2014). *Análisis y Propuestas de Mejora de Sistema de Gestión de Almacenes de un Operador Logístico*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú.
- Frazelle, E. (2002). *World-Class Warehousing and Material Handling*. Estados Unidos: McGraw-Hill
- García J., Cardos M., Albarracín José M. & García J. *Gestión De Stocks De Demanda Independiente*. Ed Universidad Politécnica de Valencia. Valencia, Recuperado el 5 de Octubre de 2012 <http://books.google.com.co/books?id=vkUoU1EJ3iQC&printsec=frontcover&dq=definici%C3%B3n+modelo+abc&hl=es&sa=X&ei=qy-UUJgE4rE0QHdxYHYBA&ved=0CDMQ6AEwAw#v=onepage&q&f=false>
- Gosso, F. (2008) *Hipersatisfacción del cliente*, (1ª. ed.), México: Panorama Editorial.

Guarachi, (2014). *Diagnóstico y Propuesta de Mejora de la Gestión del Proceso Logístico en el Hospital Nacional Alanzor Aguinaga Asenjo de ESSALUD – Chiclayo, Perú*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Perú.

Hernández R. Fernández C. y Baptista M. (2010). *Metodología de la investigación*.

Hernandez y Rodriguez, (2010). *Proyecto de Mejora mediante las Herramientas de la Ingeniería Industrial, en el funcionamiento de un Almacén de Hilos*. Universidad Nacional Autónoma de México. México.

Jimenez, F. (2012). *Mejoras en la Gestión de Almacén de una empresa del Ramo Ferretero*. Universidad Simón Bolívar. Venezuela.

Kotler P. y Keller K. (2003). *Dirección del marketing*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=CoHT8SmJVDQC&printsec=frontcover&dq=direccion+del+marketing&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjY2ZaSsL7cAhUhhuAKHYo2BSsQ6wEIJzAA#v=onepage&q=direccion%20del%20marketing&f=false>

Milla & Silva, (2013). *Plan de Mejora del Almacén y Planificación de las Rutas de Transporte de una Distribuidora de Productos de Consumo Masivo*. Pontifica Universidad Católica del Perú. Perú.

Millones, (2009). *Medición y Control del Nivel de Satisfacción de los Clientes en un Supermercado*. Universidad de Piura. Perú.

Morales & Moreno, (2004). *Sistema de Gestión de Almacén de Productos Terminados*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Perú.

Moreno, (2012). *Medición de la Satisfacción del Cliente en el Restaurante La Cabaña de Don Parce*. Universidad de Piura. Perú.

Párraga, J. (2012). *Factores determinantes en la Gestión del Almacén de Productos, Caso: Trapiche Buena Ventura 2012*. Universidad Nacional del Centro del Perú. Perú.

Pérez, V. (2006) *Calidad total en la atención al cliente, Pautas para garantizar la*

Reyes, (2014). *Calidad del Servicio para aumentar la Satisfacción del Cliente de la Asociación Share, Sede Huehuetenango*. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

Tamayo y Tamayo (2000). *El Proceso de Investigación*. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=BhymmEqkkJwC&printsec=frontcover&dq=Tamayo+y+Tamayo+\(2000\).+El+Proceso+de+Investigaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjoj5b90evcAhVQtlkKHeCgDi8Q6AEIJjAA#v=onepage&q=Tamayo%20y%20Tamayo%20\(2000\).%20El%20Proceso%20de%20Investigaci%C3%B3n&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=BhymmEqkkJwC&printsec=frontcover&dq=Tamayo+y+Tamayo+(2000).+El+Proceso+de+Investigaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjoj5b90evcAhVQtlkKHeCgDi8Q6AEIJjAA#v=onepage&q=Tamayo%20y%20Tamayo%20(2000).%20El%20Proceso%20de%20Investigaci%C3%B3n&f=false)

Vela & Zavaleta, (2014). *Influencia de la Calidad del Servicio al Cliente en el Nivel de Ventas de Tiendas de cadenas Claro Tottus – Mall, de la Ciudad de Trujillo 2014*. Universidad Privada Antenor Orrego. Perú.

ANEXOS

CONSIDERACIONES ÉTICAS

Para el desarrollo de la siguiente investigación se está considerando los procedimientos adecuados respetando los principios de ética para iniciar y concluir los procedimientos según el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana Los Andes.

La información, los registros, datos que se tomarán para concluir en el trabajo de investigación serán fidedignas. Por cuanto, a fin de no cometer faltas éticas tales como el plagio, falsificación de datos, no citar fuentes bibliográficas, etc., se está considerando fundamentalmente desde la presentación del proyecto hasta la sustentación de la Tesis.

Por lo consiguiente, nos sometemos a las pruebas respectivas de validación del contenido del presente proyecto.

**ANEXO 2
MATRIZ DE CONSISTENCIA**

TÍTULO: Mejora Continua en la Gestión de Almacén y su influencia en la Satisfacción del Cliente de la empresa WANDER S.A.C. Huancayo, 2017.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	MARCO TEÓRICO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
PROBLEMA GENERAL ¿De qué manera influye la Mejora Continua en la Gestión de Almacén en la Satisfacción del Cliente de la empresa WANDER S.A.C. - Huancayo, 2017?	OBJETIVO GENERAL Determinar el grado de influencia de la Mejora Continua en la Gestión de Almacén en la Satisfacción del Cliente de la empresa WANDER S.A.C. - Huancayo, 2017.	INTERNACIONAL: Alvarez, (2012), realizó la investigación: Satisfacción de los Clientes y Usuarios con el servicio ofrecido en redes de Supermercados Gubernamentales, en la Universidad Católica Andrés Bello. Jimenez, (2012), realizó la investigación: Mejoras en la Gestión de Almacén de una empresa del Ramo Ferretero, en la Universidad Simón Bolívar. NACIONAL: Francisco, (2014), realizó la investigación: Análisis y Propuestas de Mejora de Sistema de Gestión de Almacenes de un Operador Logístico, en la Pontificia Universidad Católica del Perú.	HIPÓTESIS GENERAL La Mejora Continua en la Gestión de Almacén influye moderadamente en la Satisfacción del Cliente de la empresa WANDER S.A.C. - Huancayo, 2017.	INDEPENDIENTE: Gestión de Almacén	Recepción	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificación ✓ Inspección ✓ Registro 	<p align="center">MÉTODO:</p> <p>GENERAL: Científico</p> <p>ESPECÍFICO: Deductivo</p> <p align="center">TIPO DE INVESTIGACIÓN: Aplicada</p> <p align="center">NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Descriptivo Explicativo</p> <p align="center">DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: Cuasi Experimental</p> <p align="center">G: O1 x O2</p> <p align="center">DONDE: G: Muestra O1: Pre Test O2: Post Test x: Tratamiento</p> <p align="center">POBLACIÓN Y MUESTRA: Población: 200 Muestra: 132</p> <p align="center">TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario</p> <p align="center">TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS: SPSS</p>
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	REGIONAL: Párraga, (2012), realizó la investigación: Factores determinantes en la Gestión del Almacén de Productos, Caso: Trapiche Buena Ventura 2012, en la Universidad Nacional del Centro del Perú.	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS		Almacenamiento	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mantener la mercancía 	
¿Cómo influye la Mejora Continua en la Gestión de Almacén en la Satisfacción con los trabajadores de la empresa WANDER S.A.C. Huancayo, 2017?	Comprobar el grado de influencia de la Mejora Continua en la Gestión de Almacén en la Satisfacción con los trabajadores de la empresa WANDER S.A.C. - Huancayo, 2017.		La Mejora Continua en la Gestión de Almacén influye moderadamente en la Satisfacción con los trabajadores de la empresa WANDER S.A.C. - Huancayo, 2017.		Control de inventarios	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocer las cantidades disponibles para la venta. ✓ Conocer los tipos de producto. ✓ Conocer el lugar del producto. 	
¿Cómo influye la Mejora Continua en la Gestión de Almacén en la Satisfacción con los productos de la empresa WANDER S.A.C. Huancayo, 2017?	Comprender el grado de influencia de la Mejora Continua en la Gestión de Almacén en la Satisfacción con los productos de la empresa WANDER S.A.C. - Huancayo, 2017.		La Mejora Continua en la Gestión de Almacén influye moderadamente en la Satisfacción con los productos de la empresa WANDER S.A.C. - Huancayo, 2017.		Preparación de pedidos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Procesamiento de las órdenes. ✓ Recogida de los productos. ✓ Traslado a la zona de expedición. ✓ Verificación de los pedidos. 	
¿Cómo influye la Mejora Continua en la Gestión de Almacén en la Satisfacción con la empresa de la empresa WANDER S.A.C. Huancayo, 2017?	Describir el grado de influencia de la Mejora Continua en la Gestión de Almacén en la Satisfacción con la empresa de la empresa WANDER S.A.C. - Huancayo, 2017.		La Mejora Continua en la Gestión de Almacén influye moderadamente en la Satisfacción con la empresa de la empresa WANDER S.A.C. - Huancayo, 2017.	Despacho	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplimiento de entregas efectivas. ✓ Entregas a tiempo. 		
				DEPENDIENTE: Satisfacción del Cliente	Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trato ✓ Amabilidad ✓ Celeridad ✓ Responsabilidad 	
					Producto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Variedad ✓ Cantidad ✓ Precio ✓ Tamaño 	
					Empresa	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Imagen ✓ Higiene ✓ Orden ✓ Comodidad ✓ Infraestructura 	

**ANEXO 3
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICES	ÍTEMES
VARIABLE INDEPENDIENTE: Gestión de Almacén	“Un conjunto de operaciones tales como recepción, acomodo, almacenamiento, preparación de pedido y despacho, que sirven para almacenar materia prima, trabajo en proceso o producto terminado que permiten la amortiguación de los desfases entre la demanda y la producción, facilitando la atención de pedidos de los clientes”. (Frazelle, 2002).	Es un conjunto de procesos que consiste en la recepción, almacenamiento, control y despacho de productos, evitando roturas de stock.	Recepción	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificación ✓ Inspección ✓ Registro 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificación de productos. ✓ Inspección de productos. ✓ Registro de entrada de productos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo identificas los productos que ingresan? 2. ¿Cómo verificas el ingreso correcto de los productos? 3. ¿Cuántas veces registras los productos en almacén?
			Almacenamiento	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mantener la mercancía 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Guardar los productos. ✓ Cuidar los productos. 	<ol style="list-style-type: none"> 4. ¿Dónde colocas los productos que llegan? 5. ¿De qué manera cuidas los productos? 6. ¿Alguna vez se ha extraviado los productos?
			Control de inventarios	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocer las cantidades disponibles para la venta. ✓ Conocer los tipos de producto. ✓ Conocer el lugar del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocer la cantidad de productos disponibles para la venta. ✓ Conocer todos los productos que existen. ✓ Conocer la ubicación de cada producto. 	<ol style="list-style-type: none"> 7. ¿Cómo sabes cuál es la cantidad de productos que están disponibles para su venta? 8. ¿Cuántas veces al año realizas conteos de todos los materiales? 9. ¿Cómo te informaste de todos los productos existentes en la empresa? 10. ¿Cómo ubicas el lugar correspondiente de cada producto?
			Preparación de pedidos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Procesamiento de las órdenes. ✓ Recogida de los productos. ✓ Traslado a la zona de expedición. ✓ Verificación de los pedidos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Procesamiento de las órdenes de pedido. ✓ Recogida de los productos pedidos. ✓ Traslado de los productos a la zona de venta. ✓ Verificación de cada producto según cada orden. 	<ol style="list-style-type: none"> 11. ¿Cómo calificas las órdenes de pedido que son manuales en la empresa? 12. ¿Recoges los pedidos según las listas de pedido? 13. ¿En qué tiempo llegas del almacén a la zona de venta? 14. ¿Cuántas veces realizas la verificación de cada pedido? 15. ¿Necesitas ayuda para la verificación?
			Despacho	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplimiento de entregas efectivas. ✓ Entregas a tiempo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplimiento de la entrega de pedidos de manera óptima. ✓ Entrega a tiempo del pedido. 	<ol style="list-style-type: none"> 16. ¿Cómo consideras la entrega de pedidos a cada cliente? 17. ¿Crees que cada pedido es atendido en un tiempo adecuado? 18. ¿Por qué tardarías en atender un pedido?
VARIABLE DEPENDIENTE: Satisfacción del Cliente	“Es una de las claves para asegurar una buena calidad en el servicio consiste en satisfacer o sobrepasar las expectativas que tienen los clientes respecto a la organización, determinando cuál es la necesidad que el cliente espera y cuál es el nivel de bienestar que espera que le proporcionen”. (Pérez, 2006).	Es el grado de percepción que el cliente tiene respecto al producto o servicio brindado por la empresa.	Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trato ✓ Amabilidad ✓ Celeridad ✓ Responsabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trato al cliente. ✓ Amable con el cliente. ✓ Rapidez en la atención. ✓ Responsable con sus labores. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo calificas el trato que brindan los trabajadores de la empresa? 2. ¿Los trabajadores te atienden con rapidez? 3. ¿En qué tiempo consideras que debes ser atendido? 4. ¿Los trabajadores realizan con responsabilidad sus labores?
			Producto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Variedad ✓ Cantidad ✓ Precio ✓ Tamaño 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Variedad de productos. ✓ Cantidad de productos. ✓ Precio del producto. ✓ Tamaño del producto. 	<ol style="list-style-type: none"> 5. ¿Los trabajadores de la Empresa Wander Sac les explican sobre los productos que usted solicita? 6. ¿La empresa brinda una variedad de productos? 7. ¿En la empresa siempre encuentras la cantidad de productos que necesitas? 8. ¿Cómo calificas el precio de los productos en relación a la competencia? 9. ¿La empresa WANDER SAC tiene el espesor del producto que solicitas? 10. ¿La empresa WANDER SAC vende productos de calidad?
			Empresa	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Imagen ✓ Higiene ✓ Orden ✓ Estado técnico ✓ Comodidad ✓ Infraestructura 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Imagen de la empresa. ✓ Higiene en las instalaciones de la empresa. ✓ Orden en la empresa. ✓ Estado técnico de la empresa. ✓ Comodidad en la empresa. ✓ Infraestructura de la empresa. 	<ol style="list-style-type: none"> 11. ¿Usted alguna vez tuvo algún inconveniente en la entrega de los productos que solicito? 12. ¿Cómo calificas la imagen que tiene la empresa? 13. ¿Por qué usted viene a comprar en la empresa WANDER SAC? 14. ¿Con qué frecuencia observas la higiene o limpieza adecuada en las instalaciones de la empresa? 15. ¿Identificas correctamente las áreas de trabajo en la Empresa WANDER SAC? 16. ¿Existe orden de los productos en la empresa? 17. ¿Crees que la empresa tiene todas las condiciones técnicas según ley para estar en actividad? 18. ¿Cuándo ingresas a la empresa te sientes cómodo?

ANEXO 4
UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Unidad de Pregrado de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

**CUESTIONARIO PARA MEDIR EL GRADO DE INFLUENCIA DE LA
MEJORA EN LA GESTIÓN DE ALMACÉN EN LA SATISFACCIÓN DEL
CLIENTE DE LA EMPRESA WANDER S.A.C.**

INSTRUCCIÓN: Señor (a) la presente encuesta es confidencial y anónima, tiene como objetivo medir el grado de influencia de la Mejora en la Gestión de Almacén en la Satisfacción del Cliente de la Empresa Wander S.A.C., solo se realiza con fines de investigación. Agradecemos su colaboración y honestidad por responder cada una de la preguntas.

Para contestar las preguntas lea cuidadosamente el enunciado y responder marcando con una X sobre la opción con la cual este de acuerdo:

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

¿Cómo calificas el trato que brindan los trabajadores de la empresa WANDER SAC?

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Malo
- e) Deficiente

¿Los trabajadores de la Empresa WANDER SAC te atienden con rapidez?

- a) Siempre
- b) La mayoría de las veces
- c) Algunas veces sí, algunas veces no
- d) La mayoría de las veces no
- e) Nunca

¿En qué tiempo consideras que debes ser atendido en la Empresa WANDER SAC?

- a) 1 minutos - 10 minutos
- b) 11 minutos – 20 minutos
- c) 21 minutos – 30 minutos
- d) 31 minutos – 40 minutos
- e) 41 minutos a más

¿Los trabajadores de la Empresa WANDER SAC realizan con responsabilidad sus labores?

- a) Siempre
- b) La mayoría de las veces
- c) Algunas veces sí, algunas veces no
- d) La mayoría de las veces no
- e) Nunca

¿Los trabajadores de la Empresa WANDER SAC les explican sobre los productos que usted solicita?

- a) Siempre
- b) La mayoría de las veces
- c) Algunas veces sí, algunas veces no
- d) La mayoría de las veces no
- e) Nunca

¿La empresa WANDER SAC brinda una variedad de productos?

- a) Siempre
- b) La mayoría de las veces
- c) Algunas veces sí, algunas veces no
- d) La mayoría de las veces no
- e) Nunca

¿En la empresa WANDER SAC siempre encuentras la cantidad de productos que necesitas?

- a) Siempre
- b) La mayoría de las veces
- c) Algunas veces sí, algunas veces no
- d) La mayoría de las veces no
- e) Nunca

¿Cómo calificas el precio de los productos de la empresa WANDER SAC en relación a la competencia?

- a) Muy alto
- b) Caro
- c) Regular
- d) Económico
- e) Muy económico

¿La empresa WANDER SAC tiene el espesor del producto que solicitas?

- a) Siempre
- b) La mayoría de las veces
- c) Algunas veces sí, algunas veces no
- d) La mayoría de las veces no
- e) Nunca

¿La Empresa WANDER SAC vende productos de calidad?

- a) Siempre
- b) La mayoría de las veces
- c) Algunas veces sí, algunas veces no
- d) La mayoría de las veces no
- e) Nunca

¿Usted alguna vez tuvo algún inconveniente en la entrega de los productos que solicito en su compra?

- a) Siempre
- b) La mayoría de las veces
- c) Algunas veces sí, algunas veces no
- d) La mayoría de las veces no
- e) Nunca

¿Cómo calificas la imagen que tiene la empresa?

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Malo
- e) Deficiente

¿Por qué usted viene a Comprar en la empresa WANDER SAC?

- a) Por precio
- b) Variedad de productos
- c) Ubicación de la Empresa
- d) Servicios (corte, doblado)
- e) Calidad

¿Con qué frecuencia observas la higiene o limpieza adecuada en las instalaciones de la empresa WANDER SAC?

- a) Siempre
- b) La mayoría de las veces
- c) Algunas veces sí, algunas veces no
- d) La mayoría de las veces no
- e) Nunca

¿Identificas correctamente las áreas de trabajo de la Empresa WANDER SAC?

- a) Siempre
- b) La mayoría de las veces
- c) Algunas veces sí, algunas veces no
- d) La mayoría de las veces no
- e) Nunca

¿Existe orden de los productos en la empresa WANDER SAC?

- a) Si
- b) No

¿Crees que la empresa WANDER SAC tiene todas las condiciones técnicas según ley para estar en actividad?

- a) Si
- b) No

¿Cuándo ingresas a la empresa WANDER SAC te sientes cómodo?

- a) Siempre
- b) La mayoría de las veces
- c) Algunas veces sí, algunas veces no
- d) La mayoría de las veces no
- e) Nunca

¿Nombre las tiendas comerciales de productos siderúrgicos que usted suele comprar?

.....
.....
.....

ANEXO 5
UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Unidad de Pregrado de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

**CUESTIONARIO PARA MEDIR EL GRADO DE INFLUENCIA DE LA MEJORA
EN LA GESTIÓN DE ALMACÉN EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA
EMPRESA WANDER S.A.C.**

INSTRUCCIÓN: Señor (a), joven, señorita la presente encuesta es confidencial y anónima, tiene como objetivo medir el grado de influencia de la Mejora en la Gestión de Almacén en la Satisfacción del Cliente de la Empresa Wander S.A.C., solo se realiza con fines de investigación. Agradecemos su colaboración y honestidad por responder cada una de la preguntas.

Para contestar las preguntas lea cuidadosamente el enunciado y responder marcando con una X sobre la opción con la cual este de acuerdo:

GESTIÓN DE ALMACÉN

¿Cómo identificas los productos que ingresan?

- a) Por el código
- b) Por el espesor
- c) Por su forma
- d) Por su tamaño
- e) Por su color

¿Cómo verificas el ingreso correcto de los productos?

- a) Kardex
- b) Empíricamente
- c) Sistema de software
- d) Verificando los comprobantes
- e) No llevo el control del producto

¿Cuántas veces registras los productos que se encuentran en el almacén?

- a) Una vez por semana
- b) Una vez al mes
- c) Una vez por trimestre
- d) Una vez por semestre
- e) Una vez al año

¿Dónde colocas los productos que llegan?

- a) En los casilleros correspondientes
- b) En los casilleros que estén disponibles
- c) En el piso
- d) Donde hay espacio
- e) Encima de otros productos

¿De qué manera mantienes físicamente los productos?

- a) Entregando correctamente los pedidos
- b) Haciendo un conteo
- c) Verificando la salida del producto
- d) Revisando los espesores
- e) No es mi función esta tarea

¿Alguna vez se ha extraviado los productos? Causas

- a) Desorden
- b) No tienen indicaciones
- c) Por no conocer los espesores
- d) Entregas equivocadas

¿Cómo sabes cuál es la cantidad de productos que están disponibles para su venta?

- a) Observo en el sistema
- b) Observo en los casilleros
- c) No llevo el control de los productos
- d) El personal de ventas son los encargados de abastecer el almacén
- e) Solo despacho los pedidos

¿Cuántas veces al año realizas conteos de todos los materiales?

- a) 1 vez al año
- b) 2 veces al año
- c) 3 veces al año
- d) Cuando me mandan contar
- e) No realizo esa tarea

¿Cómo te informaste de todos los productos existentes en la empresa?

- a) Con un manual
- b) Con la enseñanza del dueño
- c) Con la práctica
- d) Con los muestrarios
- e) Ya conocía los productos anteriormente

¿Cómo ubicas el lugar correspondiente de cada producto?

- a) Por el peso
- b) Por el tamaño
- c) Por el espesor
- d) Por los casilleros
- e) Así estaba colocado en el almacén

¿Cómo calificas las órdenes de pedido que realiza la empresa?

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Malo
- e) Deficiente

¿Recoges los pedidos según la llegada de los comprobantes de pago?

- a) Siempre
- b) La mayoría de las veces
- c) Algunas veces sí, algunas veces no
- d) La mayoría de las veces no
- e) Nunca

¿En qué tiempo llegas del almacén a la zona de venta?

- a) 20 segundos
- b) 30 segundos
- c) 40 segundos
- d) 50 segundos
- e) 1 minuto

¿Cuántas veces realizas la verificación de cada pedido?

- a) 1 vez
- b) 2 veces
- c) 3 veces
- d) Ninguno
- e) No es mi tarea

¿Necesitas ayuda para la verificación correspondiente de cada pedido?

- f) Siempre
- g) La mayoría de las veces
- h) Algunas veces sí, algunas veces no
- i) La mayoría de las veces no
- j) Nunca

¿Cómo consideras la entrega de pedidos a cada cliente?

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Malo
- e) Deficiente

¿Crees que cada pedido es atendido en un tiempo adecuado?

- a) Siempre
- b) La mayoría de las veces
- c) Algunas veces sí, algunas veces no
- d) La mayoría de las veces no
- e) Nunca

¿Por qué tardarías en atender un pedido?

- a) Por la falta de personal
- b) Estoy ocupado en otras actividades
- c) Porque estoy cansado
- d) Porque desconozco de algunos productos
- e) Porque su pedido es numeroso

¿Si tuvieras la oportunidad de Mejorar en la empresa Wander, que aspectos mejorarías?

.....
.....

**ANEXO 6
FOTOS**

ANTES DE LA MEJORA



Almacén de la empresa WANDER S.A.C. separado cada producto por casilleros.

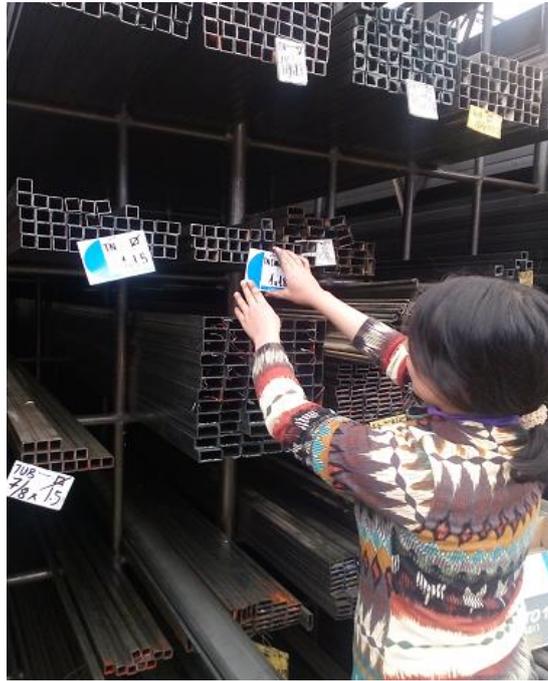


Trabajador de la empresa WANDER S.A.C. realizando sus actividades sin indumentaria de trabajo, y sin ninguna medida de protección.



Trabajador de la empresa WANDER S.A.C. realizando el conteo de los productos de almacén sin medidas de protección ni indumentaria adecuada.

DESPUÉS DE LA MEJORA



Colocación de tableros de identificación de productos en cada casillero que existe para una mejor identificación, y así evitar equivocaciones al momento de la entrega.



Colocación de letreros de las áreas que hay en la empresa, para evitar desorientación en los clientes.



Muestra de un tablero en un casillero dando a conocer su descripción, su forma, su espesor y sus medidas.



Capacitación a los trabajadores de la empresa WANDER S.A.C. sobre cultura organizacional, siendo ponente la Lic. Ruth Pinco.



Participación activa de los trabajadores de la empresa WANDER S.A.C. en la capacitación.



Foto del recuerdo de los trabajadores después de su primera capacitación que tuvieron desde que ingresaron a trabajar a la empresa WANDER S.A.C.

ANEXO 7

INFORME Nº 01

A : FLORES VILCAHUAMAN, Wander
Gerente General de la empresa WANDER S.A.C.

DE : CONTRERAS JERÓNIMO, Yosilin Lisbeth
GRANADOS ANDRADE Marilyn Reina
Bachiller en Administración y Sistemas
Área de Ventas y Operaciones

ASUNTO : Informe de lo observado en la Empresa WANDER S.A.C.

FECHA : Huancayo, 02 de Junio del 2017



Tenemos el agrado de dirigirnos a usted, con la finalidad de informar, y de acuerdo a la permanencia en el área de ventas y operaciones se ha podido observar los siguientes aspectos que solicitaríamos tenga bien de gestionarlos en favor de la empresa y los clientes:

I. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA WANDER SAC

En la empresa WANDER SAC se encontró muchas falencias, como:

- Los inventarios físicos no están codificados y no guarda relación frente a un orden según su código, espesor, peso, forma.
- Los inventarios de los productos no concuerdan con el sistema de ventas
- El personal no cuenta con los epp (equipo de protección personal)
- Confusión y equivocación en la entrega y despacho de productos (un producto or otro)
- Entrega de planchas de un espesor por otro.
- Desorden en el control de doblados o cortados en las planchas industriales.
- Demora en la entrega y despacho de los productos.
- Ausentismo por parte del gerente y jefes de área.
- No cuenta con plan estratégico.
- No cuenta con un protocolo de atención al cliente online, cliente presencial.
- Falta de señalización en el área de despacho, oficinas, servicio y /o entrega de productos

Es todo cuanto informo para los fines que estime conveniente:


Yosilin Lisbeth Contreras Jerónimo
BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS


Marilyn Reina Granados Andrade
BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN

ANEXO 8
CARTERA DE CLIENTES DE WANDER S.A.C.

1. INDUSTRIA COMERCIO & FERRETERIA STHEFANY E.I.R.L.
2. INGA LIMAYMANTA SERGIO
3. RAMON MARTINEZ ROBERTO MODESTO
4. ROMAN CERRON RAFAEL FERNANDO
5. PEMCHAING S.A.C.
6. CASAMAR S.A.C
7. PETROGAS HOLDING S.A.C.
8. SAGE INGENIEROS S.A.C
9. RAMON MARTINEZ ROBERTO MODESTO
10. SUAREZ SANABRIA CLEVER
11. MEDINA PALACIOS CARLOS ALBERTO
12. INDUSTRIA COMERCIO & FERRETERIA STHEFANY E.I.R.L.
13. INGA LIMAYMANTA SERGIO
14. ALVAREZ ROMERO AGUSTIN
15. ZUASPONG SRL
16. FIREROCK S.A.C.
17. BRAVO CERRON CESAR EDUARDO
18. COMERCIALIZADORA LA CHACRA S.A.C.
19. ATAO CAJA MAXIMILIANO JOAQUIN
20. I.E.P. MANUEL COVEÑAS
21. CEMACO SRL
22. PETROGAS HOLDING S.A.C.
23. MAYTA TIMOTEO VICTORIANO
24. SIRIUS INGENIERIA Y CONSTRUCCION SAC.
25. CONSTRUCTORA CONSULTORA PICHARDO S.A.C.
26. INVERSIONES HUANAY S.R.L.
27. ARCONS NUÑEZ CONTRATISTA GENERAL E.I.R.L.
28. CEFA MAQUINARIAS E.I.R.L
29. CRAP INGENIERIA Y CONSTRUCCION S.R.L.
30. LIMACHE AGUILAR WALTER
31. MUNICIPALIDAD DISTRICTAL DE HUAYLLAHUARA
32. LLIHUA VALLADOLID ANGEL
33. ROMAN CERRON RAFAEL FERNANDO
34. ZUASPONG SRL
35. RAMON MARTINEZ ROBERTO MODESTO
36. MAYTA TIMOTEO VICTORIANO
37. INGENIEROS CONTRATISTAS ERICK S.A.C.
38. ATAO CAJA MAXIMILIANO JOAQUIN
39. MEDINA PALACIOS CARLOS ALBERTO
40. DIESTRA CONCESION HUANCAYO S.A.C.
41. MAYTA TIMOTEO VICTORIANO
42. MDF SERVICIOS MULTIPLES GENERALES S.A.C
43. ROMAN CERRON RAFAEL FERNANDO

44. TAPIA SAMANIEGO DAVID
45. GONZALES DE QUISPE GRACIELA
46. CCANTO ESPINOZA CLAUDIO
47. ALVAREZ ROMERO AGUSTIN
48. ORELLANA MENDOZA ROBERTO LUIS
49. PETROGAS HOLDING S.A.C.
50. CONSTRUCCIONES METALICAS TIM S.A.C.
51. INVERSIONES Y REPRESENTACIONES GENERALES K & N E.I.R.L.
52. ARROYO CURIÑAUPA YORDAN AEDO
53. DIEGO & ARAS E.I.R.L.
54. INVERSIONES MARIO & FLOR E.I.R.L.
55. ZUASPONG SRL
56. RAMON MARTINEZ ROBERTO MODESTO
57. IBEROAMERICANA SERV. GENERALES S.A.C.
58. LIMACHE AGUILAR WALTER
59. INMOBILIARIA EUROEDIFICACIONES SAC
60. INMOBILIARIA EUROEDIFICACIONES SAC
61. CUSIPOMA LAZO NOE RUBEN
62. CRAP INGENIERIA Y CONSTRUCCION S.R.L.
63. MAYTA TIMOTEO VICTORIANO
64. INGENIEROS CONTRATISTAS ERICK S.A.C.
65. GRUPPO MORATTI E.I.R.L
66. RAMON MARTINEZ ROBERTO MODESTO
67. CORILLA HUAMAN GABRIELA ZENAIDA
68. LIMACHE AGUILAR NERE
69. MEDINA PALACIOS CARLOS ALBERTO
70. R & G MAQUINARIAS Y SERVICIOS SAC
71. HUARI MATOS PEDRO ALBERTO
72. MDF SERVICIOS MULTIPLES GENERALES S.A.C
73. INVERSIONES QUIBU PARAISO E.I.R.L
74. DIEGO & ARAS E.I.R.L.
75. FAB . SERV, MET . IND. CONMAR E,I,R,L
76. PETROGAS HOLDING S.A.C.
77. NORTHON INGENIEROS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
78. ATAOCAJA MAXIMILIANO JOAQUIN
79. CONSTRUCCIONES METALICAS TIM S.A.C.
80. INGENIEROS CONTRATISTAS ERICK S.A.C.
81. JL SUR 1 S.A.C.
82. SATELITAL TELECOMUNICACIONES S.A.C
83. ROMERO PALIZA PRESENCIANO
84. COMERCIALIZADORA LA CHACRA S.A.C.
85. MEDINA GARCIA MARCOS HERNAN
86. RAMON MARTINEZ ROBERTO MODESTO
87. ARROYO VEGA JONATHAN BRYAN
88. FIREROCK S.A.C.
89. CONSTRUCTORA CONSULTORA PICHARDO S.A.C.

90. LIMACHE AGUILAR WALTER
91. FAB . SERV, MET . IND. CONMAR E,I.R.L
92. COMUN PIHUE ROSARIO
93. ALIAGA MUÑICO JOHNY
94. CONSTRUCCIONES METALICAS TIM S.A.C.
95. SAGE INGENIEROS S.A.C
96. RODRIGUEZ SEDANO CARLOS
97. ATAOCAJA MAXIMILIANO JOAQUIN
98. GRUPO EMPRESARIAL LA HORMIGUITA S.A.C.
99. ARROYO VEGA JONATHAN BRYAN
100. CONSTRUCTORA CONSULTORA PICHARDO S.A.C.
101. BRAVO CERRON CESAR EDUARDO
102. CORPORACION GUERRA S.A.C.
103. J & K ENTERPRISE GROUP E.I.R.L
104. L & P INGENIERÍA CONSTRUCCIÓN TRANSPORTE S.A.C
105. INGENIERIA PARA EMPRENDIMIENTOS TECNICOS S.A.C.
106. GAMBOA LLANTOY JHON MAIKOL
107. TEODOSIA E.I.R.L.
108. RAMON MARTINEZ ROBERTO MODESTO
109. ATAOCAJA MAXIMILIANO JOAQUIN
110. COMERCIALIZADORA LA CHACRA S.A.C.
111. ROMERO PALIZA PRESENCIANO
112. QUISPE BERNAOLA IDONEO HECTOR
113. GRUPO EMPRESARIAL LA HORMIGUITA S.A.C.
114. L & P INGENIERÍA CONSTRUCCIÓN TRANSPORTE S.A.C
115. ARROYO CURIÑAUPA YORDAN AEDO
116. MAYTA TIMOTEO VICTORIANO
117. EMPRESA HUARI SOL E.I.R.L
118. CORPORACION EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO S.A.C.
119. CONSTRUCCIONES METALICAS TIM S.A.C.
120. CONSORCIO MOROCOCHA
121. RAMON MARTINEZ ROBERTO MODESTO
122. GAMBOA LLANTOY JHON MAIKOL
123. CONSTRUCCIONES METALICAS TIM S.A.C.
124. GRUPPO MORATTI E.I.R.L
125. ATAOCAJA MAXIMILIANO JOAQUIN
126. CONSTRUCCIONES METALICAS TIM S.A.C.
127. ZUASPONG SRL
128. COMERCIALIZADORA LA CHACRA S.A.C.
129. IBEROAMERICANA SERV. GENERALES S.A.C.
130. INDUSTRIA COMERCIO & FERRETERIA STHEFANY E.I.R.L.
131. RAMON MARTINEZ ROBERTO MODESTO
132. MDF SERVICIOS MULTIPLES GENERALES S.A.C
133. CONSTRUCTORA CONSULTORA PICHARDO S.A.C.
134. ROQUE RAMOS RICHARD
135. CASTILLON TEMBLADERA MAXIMO

136. ESPIRITU YALICO NICOLAS
137. CALDERON HUAYHUA ISAAC
138. MAYTA TIMOTEO VICTORIANO
139. RAMON MARTINEZ ROBERTO MODESTO
140. INVERSIONES SHARITH S.A.C.
141. GOMEZ FERNANDEZ MAX ENRIQUE
142. LEON CASTILLON PABLINO
143. KYZORCH E.I.R.L.
144. R.D.A. CONSTRUCTORA S.A.C.
145. INGA LIMAYMANTA SERGIO
146. GOMEZ FERNANDEZ MAX ENRIQUE
147. REYES TORRES EDGAR
148. SALCEDO ALVITREZ JOSE RICHARD
149. J & K ENTERPRISE GROUP E.I.R.L
150. ENSERMUL M Y C E.I.R.L
151. RAMON MARTINEZ ROBERTO MODESTO
152. ENSERMUL M Y C E.I.R.L
153. KYZORCH E.I.R.L.
154. ESPIRITU YALICO NICOLAS
155. MDF SERVICIOS MULTIPLES GENERALES S.A.C
156. ALVAREZ ROMERO AGUSTIN
157. OBISPADO DE HUANCAVELICA
158. ORELLANA MENDOZA ROBERTO LUIS
159. RAMON MARTINEZ ROBERTO MODESTO
160. HUAMAN BENDEZU RUBEN
161. ZUASPONG SRL
162. INGA LIMAYMANTA SERGIO
163. CONSTRUCTORA CONSULTORA PICHARDO S.A.C.
164. CUYCAPUZA DE LA CRUZ ENELIDES SANDI
165. MAYTA TIMOTEO VICTORIANO
166. HUACHACA LOAYZA ANGEL
167. ESPIRITU YALICO NICOLAS
168. RAMON MARTINEZ ROBERTO MODESTO
169. LLIHUA VALLADOLID ANGEL
170. TINECOR E.I.R.L
171. PONCE VILLAVERDE EDERSON EVER
172. INDUSTRIAS ANCALAYO S.A.C.
173. FOREX CONSTRUCTIONS E.I.R.L
174. SALCEDO ALVITREZ JOSE RICHARD
175. CONSTRUCTORA CONSULTORA PICHARDO S.A.C.
176. COMUN PIHUE ROSARIO
177. HUARI CORDOVA ERNESTO
178. GRUPPO MORATTI E.I.R.L
179. CCANTO ESPINOZA CLAUDIO
180. GRUPPO MORATTI E.I.R.L
181. INGA LIMAYMANTA SERGIO

182. ARIAS CAMPOS ESAU
183. MAYTA TIMOTEO VICTORIANO
184. INGA PEÑA HENRRY JAVIER
185. ESPIRITU YALICO NICOLAS
186. CARROCERIAS Y REMOLQUES SANTA ROSITA E.I.R.L.
187. IEP TALENTOS S.R.L
188. GRUPO EJECUTOR DE OBRAS CIVILES CONSTRUCTORES E.I.R.L.
189. HUARI CORDOVA ERNESTO
190. CONSTRUCTORA CONSULTORA PICHARDO S.A.C.
191. MEDINA PALACIOS CARLOS ALBERTO
192. COTARATE TEJEDA ALEJANDRO MATIAS
193. ASTO SOTO SAMUEL EFRAIN
194. CCANTO ESPINOZA CLAUDIO
195. CURI CALDERON JAIME
196. CASTILLON LAZARO LIDMAN
197. HUAYRA CHUNGUAY EFRAIN
198. BARRA SOLANO ERASMO
199. ROMERO LAURENTE JORGE FILEMON
200. ORTIZ ALARCON ELCA

Cartera de clientes de más alta frecuencia de ventas.

Nota: Clientes que han sido considerados como población y determinación de la muestra.